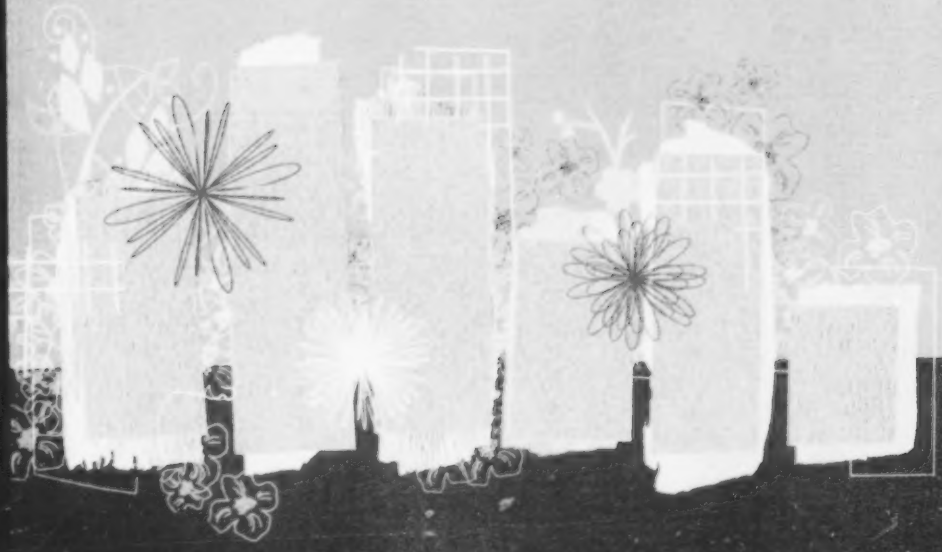
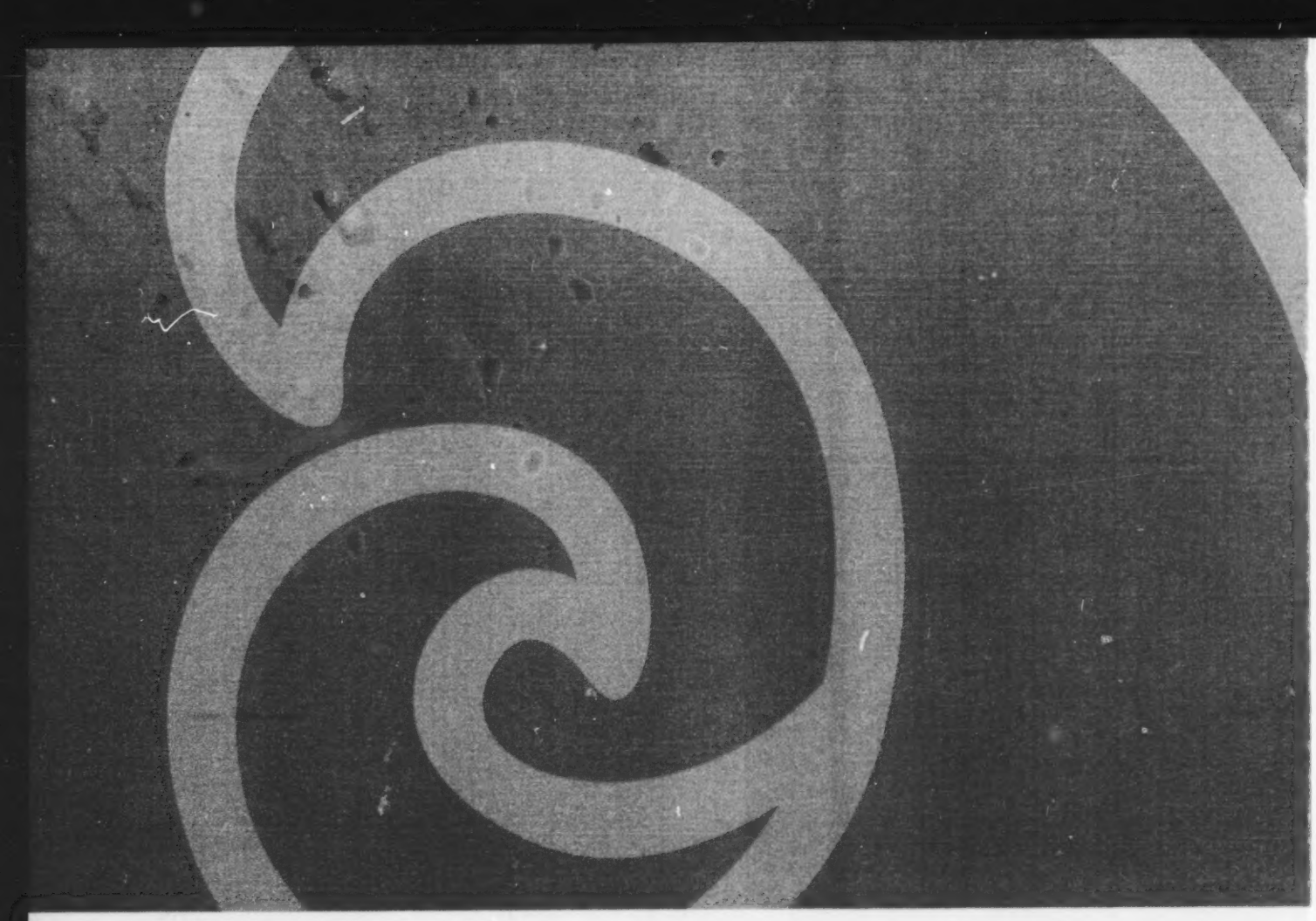
ATLANTIC CULTURAL SPACE
The Creative Municipality

ESPACE CULTUREL ATLANTIQUE
La municipalité créative



REPORT

Artistic activity, culture, and diversity bring economic growth and draw people to communities. The Atlantic Cultural Space Conference explored the art of building a creative community.



The 2005 Atlantic Canada International Fine Art Market

ATLANTIC CULTURAL SPACE
The Creative Municipality

ESPACE CULTUREL ATLANTIQUE
La municipalité créative

106-07222/

Conference Report

Atlantic Cultural Space: The Creative Municipality
September 2005

Hilton Trade and Convention Centre
Saint John, New Brunswick, Canada

Presented by the New Brunswick Arts Board

Report prepared by:
Mark Blagrave, Co-Chairperson,
Atlantic Cultural Space Conference: The Creative Municipality
and 1st Vice-Chairperson,
New Brunswick Arts Board
634 Queen Street, Suite 300
Fredericton, NB E3B 1C2
www.artsnb.ca

ISBN O-9736645-2-5

March 2006

Report Supervisor:
Pauline Bourque, Executive Director,
New Brunswick Arts Board

Cover Design:
Lise Hansen

Editor:
Lee Marie Dugas

Formatting:
Denise Violette

ACKNOWLEDGEMENTS

The New Brunswick Arts Board acknowledges the support of crucial partners who have made the 2005 Atlantic Cultural Space Conference possible.

Major Funding Partners:	The Government of Canada: Atlantic Canada Opportunities Agency Department of Foreign Affairs Industry Canada The Government of New Brunswick: Secretariat for Culture and Sport Regional Development Corporation Intergovernmental and International Relations
Media Sponsor:	Here
Special Contributor:	Punch Productions
Major Sponsors:	Canada Council for the Arts Canadian Commission for UNESCO City of Saint John Consulat général de France à Moncton et à Halifax New Brunswick Museum University of New Brunswick in Saint John
Participating Sponsors:	Aliant Alpine Cultural Human Resources Council Mount Allison University Stewart McKelvey Stirling Scales
Conference Coordination:	Judith Mackin, Punch Productions

WORD FROM THE CONFERENCE DIRECTOR

It is with great pleasure that we present the final report of the second edition of the Atlantic Cultural Space Conference: The Creative Municipality and the First Atlantic Canada International Fine Art Market. As a direct spin off of the market, seven artists from the Atlantic region have been invited to show and sell their art in March 2006 at ARTKarlsruhe in Karlsruhe, Germany. The results of this event are detailed in Appendix 4: page 16. Delegates to these events have provided us with invaluable recommendations that, undoubtedly, will light our way for the next few years.

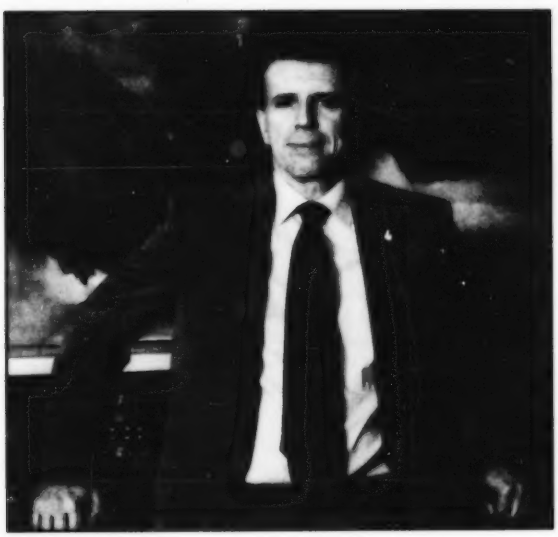
This conference was made possible with the help of a very competent steering committee co-chaired by our Lieutenant-Governor, his Honour Herménégilde Chiasson, and Dr. Mark Blagrave, professor at Mount Allison University. I wish to thank them and all the other distinguished members who have provided us with their advice and guidance all the way to making it happen.

I also thank Judith Mackin of Punch Productions for brilliantly organizing the events in Saint John as well as all the Staff at artsnb who have responded over and above the call of duty to ensure that this project becomes a dream come true.

This conference would not have been possible without the financial participation of our numerous partners and sponsors. I sincerely thank them for their contributions.

Pauline Bourque, Executive Director
New Brunswick Arts Board (artsnb)

WORD FROM THE HONORARY PATRON AND CO-CHAIRPERSON



We live in a time in which populations are shifting, migrating to the city, drawn to urban life, where living in close quarters encourages different kinds of dialogues. Clearly, culture and the arts have an important role to play in the way we are redefining territory all over the planet.

Historically, art making is associated with urban settings, partly because the population density in cities enables us to benefit from multiple, diverse types of encounters and connections with each other. Municipalities, as the bodies responsible for the well-being of their residents, owe it to themselves to become involved with artistic creation and the promotion of the arts. By doing so, they help fulfill a city's potential for an enhanced quality of life, a more meaningful spiritual life, and a deeper commitment to civic life. Developing the arts and cultural activities are ways for cities to bring members of the local population together to work for a common cause; this has far-reaching effects and leads to a richer, more dynamic community.

The conference report that follows is an opportunity to share, to consider and to expand upon interesting and valuable perspectives on these subjects.

I offer my congratulations, my gratitude and my encouragement to all those who took part in the conference through their financial support or their practical help in organizing the program.

I am hopeful that the arts will, one day, inspire us to create new kinds of cities, new spaces, where we will discover renewed happiness.

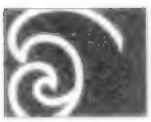
Honourable Herménégilde Chiasson
Lieutenant-Governor of New Brunswick

WORD FROM THE CO-CHAIRPERSON

A printed report can only begin to reflect the energy and excitement of 'being in the room' while leading artists, arts administrators, civic officials, critics, and business leaders from the Atlantic region and beyond discussed the roles and responsibilities of Atlantic artists and their municipalities in the new creative, imagination-based economy.

We hope, nevertheless, that the report captures the direction of the dialogue and makes clear the conference's consensus on the next steps for municipal cultural policy, for arts education, for improved communications strategies and ongoing data gathering, as well as on measures to raise the profile of Atlantic artists abroad.

Mark Blagave
1st Vice-Chairperson
New Brunswick Arts Board and
Professor at Mount Allison University



ATLANTIC CULTURAL SPACE:
The Creative Municipality

TABLE OF CONTENTS

SECTION ONE: Page 1
EXECUTIVE SUMMARY

SECTION TWO: Page 2
CONCEIVING THE CONFERENCE AND THE ART MARKET

SECTION THREE: Page 3
THE ARTIST AND THE MUNICIPALITY

SECTION FOUR: Page 6
THE CREATIVE MUNICIPALITY AND THE ATLANTIC CONTEXT

SECTION FIVE: Page 8
VISUAL ARTS, ECONOMICS, AND DEMOGRAPHICS:
The First Atlantic Canada International Fine Art Market

SECTION SIX: Page 9
RECOMMENDATIONS

APPENDIX 1: Page 11
PROGRAMME FOR THE CONFERENCE

APPENDIX 2: Page 13
LIST OF PANELISTS

APPENDIX 3: Page 14
LIST OF ART MARKET PARTICIPANTS

APPENDIX 4: Page 15
PARTICIPATION AT THE ARTKARLSRUHE

SECTION ONE:

EXECUTIVE SUMMARY

Atlantic Cultural Space: The Creative Municipality was conceived as the second in a series of conferences on the arts in the Atlantic region. The first conference in May 2002, also hosted by the New Brunswick Arts Board, resulted in a clear general portrait of the vibrant artistic and cultural life of the region. For the second conference, it was decided that a narrower focus could be achieved by concentrating on the relationship between Atlantic artists and their most immediate sphere of operation: the municipality. Specifically, the conference was crafted to examine and celebrate how Atlantic artists contribute to their municipalities through helping to define the identity of the municipality; through creating cultural capital; and through ensuring a creative, innovative, and diverse atmosphere that can benefit and influence all sectors of the population and the economy. It was agreed, too, that the conference should explore ways in which Atlantic municipalities might (in return) provide good working conditions for their artists, moral and financial support for their artists, and market opportunities for their artists at home and abroad.

These issues were approached by inviting six keynote speakers to talk about identity and ways of building creative communities and by asking thirty-seven panelists to explore the topics of: Creative Places, Spaces, Diversity, Industries, Policies, Exports, and Business Partnerships. As a practical working complement to the formal conference sessions and a means to explore possibilities for international markets for Atlantic Canadian artists (in recognition of Atlantic Canada's unique location and demographics), the first Atlantic Canada International Fine Art Market was mounted. The Conference and Art Market were held at the Saint John Trade and Convention Centre September 30 through October 2, 2005. Two-hundred and twenty-two delegates attended, representing arts groups, artists, municipalities, galleries and presenters.

Sessions and discussions identified a number of ways in which artists and their municipalities can work more effectively together for their mutual benefit. A full list of recommendations flowing out of the conference's deliberations appears as Section Six of this report. In general, the conference identified a number of needs, including: the need for adopting cultural policies at the municipal level; the need for Departments of Education to support courses in fine art, drama and music as "basics;" the need for developing standard procedures and forms for approaches to funding partners in the private sector; the need for gathering and maintaining databases on the impact of the arts on the well-being of the community at large; the need for more meetings among artists and for establishing more artists' organizations to articulate artists' potential contributions; the need to make expressed culture become part of the lived culture (including increased commissioning of public art); the need to explore further appropriate creative community models for the Atlantic provinces; the needs for artist-in-residency programmes and artists-as-ambassadors programmes; the need for municipal subsidy programmes for artists; the need for arts management training in the region; the need to explore appropriate international art market opportunities for Atlantic artists; and the need to establish long-term programmes to assist Atlantic artists in reaching international markets.

SECTION TWO:

CONCEIVING THE CONFERENCE AND THE ART MARKET

2

Atlantic Cultural Space: The Creative Municipality was conceived as the second in a series of conferences on the arts in the Atlantic region. The first conference, Atlantic Cultural Space: A Conference on New Directions in Heritage and the Arts, took place in Moncton, New Brunswick, in May 2002. Hosted by the New Brunswick Arts Board, that conference was designed to explore the place of Atlantic Canadian artists in the broader context of an 'Atlantic Rim.' Through five plenary sessions, some thirteen panels and fifteen 'roundtable' discussions with a total of 143 speakers, the initial conference resulted in a clear portrait of the vibrant artistic and cultural life of the region. Summaries of transcripts of tape recordings made at the first conference were published by the New Brunswick Arts Board in January 2005 in the form of a report. Copies of that report are available at the Arts Board.

As part of its strategic plan for 2003-2006, the New Brunswick Arts Board envisioned a second conference to build on the work of and to renew the bonds formed by the first endeavour. Late September 2005 was chosen as the time for the conference, and a steering committee, co-chaired by Arts Board member, Mark Blagrave, and New Brunswick's Lieutenant-Governor, His Honour Herménégilde Chiasson, was struck in December 2004 to determine the most appropriate shape and direction for the event. Members of the steering committee included: Kathryn Hamer, Vice-President, UNBSJ; Jane Fullerton, Director, New Brunswick Museum; Bernard Cormier, Cultural Affairs Officer, City of Saint John; Bernard Riordon, CEO, Beaverbrook Art Gallery; Michael Wennberg, Partner, Stewart McKelvey Stirling Scales; Pauline Bourque, Executive Director, New Brunswick Arts Board; and Darrin White, Executive Director, PEI Council of the Arts. Following a review of the transcripts of the previous conference and in recognition of the planned venue for the second conference – Saint John, N.B., where there was considerable interest in Creative Cities models and municipal cultural roles – it was decided that an effective focus would be on the relationship between Atlantic artists and their most immediate sphere of operation: the municipality.

The steering committee identified three key areas for the conference to explore: arts, culture, and the municipal identity; arts, culture and the municipal economy; and nurturing arts and culture in the municipality. It was agreed that the conference should examine how Atlantic artists contribute to their municipalities through helping to define the identity of the municipality; through creating cultural capital for both intragenerational and intergenerational benefit; and through ensuring a creative, innovative, and diverse atmosphere that can benefit and influence all sectors of the population and the economy. In addition, it was agreed that the conference should explore ways in which Atlantic municipalities might (in return) provide good working conditions for their artists, moral and financial support for their artists, and market opportunities for their artists at home and abroad.

The strategy was ultimately refined to approach these issues by inviting 6 keynote speakers to talk about identity and ways of building creative communities and by asking 37 panelists to explore Creative Places, Spaces, Diversity, Industries, Policies, Exports, and Business Partnerships. A special panel was constituted on the question of the applicability of Richard Florida's "Creative Class" theories to the Atlantic region. A complete programme for the conference appears in Appendix 1 of this report. Keynote speakers were author, Antonine Maillet; critic and UNESCO commissioner, Max Wyman; Mayor Antoine Landry; urban strategist, Glen Murray; poet and playwright, George Elliott Clarke; and poet, playwright, and artist, Herménégilde Chiasson. The panel on the Creative Class/City model, chaired by Dr. Robert MacKinnon, Dean of Arts at the University of New Brunswick in Saint John, consisted of Dr. Nancy Duxbury of the Creative Cities Network and Dr. Ross Nelson, Professor of Geography at Thompson Rivers University. A complete list of panelists, who numbered among them artists, politicians, arts administrators, urban planners, university professors and others, appears in Appendix 2 of this report.

As a practical working complement to the formal conference sessions and a way in which to explore possibilities for international markets for Atlantic Canadian artists (in recognition of Atlantic Canada's unique location and demographics), the first Atlantic Canada International Fine Art Market was mounted. This effort was steered by New Brunswick Arts Board's ED, Pauline Bourque, and a committee consisting of curator, Ingrid Mueller, Art Contact Inc.; Beaverbrook Art Gallery's CEO, Bernard Riordon, O.C.; Christina Parker Gallery's Director, Christina Parker; AMMOA; and the Arts Council of PEI's ED, Darrin White. Eight commercial galleries from the Atlantic Region and representatives of six European galleries and one American gallery as well as one representative from a fine arts market in Germany met to share expertise and develop contacts for the future. A list of Art Market participants appears in Appendix 3 of this report.

The Conference and Art Market were held at the Saint John Trade and Convention Centre from September 30 to October 2, 2005. Two-hundred and twenty-two delegates attended, representing arts groups, artists, municipalities, galleries and presenters.

The following two sections of this report summarize the substance of the sessions and the advice received from the assembled experts. They are followed by an account of the Art Market and a summary of its findings.

SECTION THREE:

THE ARTIST AND THE MUNICIPALITY

Delegates heard from writers, visual artists, critics, urban planners, arts administrators, and business leaders on the general subject of the relationships between artists and their municipalities.

1. Historical Backgrounds: Art, Community, Economics

Novelist and playwright, Antonine Maillet, opened the conference with a reminder that the symbiotic relationship between art and economics in the municipality has existed in the West for thousands of years. She cited Athens, Rome, Florence, Paris, and Vienna as examples of cities that have been both economic and artistic leaders at one and the same time. In ancient Athens, she argued, for example, that the development of olive oil as a precious commodity led to the development of systems of exchange and transport, which also then facilitated the dissemination of Athenian culture. In addition, it led to the creation of containers that represent some of western culture's earliest extant artistic expressions – pottery vases depicting the lives and adventures of the gods, goddesses and heroes of Greek mythology.

Glen Murray, urban planner and former mayor of Winnipeg, returned to this theme when he quoted Jane Jacobs's definition of cities as places for making wealth, noting that it is not the utilitarian values of pavement, plumbing and policing that create wealth; rather, it is the character of the community – its culture. Richard Florida's notion of a Creative City underscores this, Murray said. Ross Jefferson of the Saint John Waterfront Development Corporation illustrated how municipal economic strategies are changing to recognize this when he described how the city of Saint John has begun to shift its marketing away from direct appeals to attract business and industry to the city and towards marketing the city to 'people.'

Canadian UNESCO commissioner and arts critic, Max Wyman, advised delegates that just as the agrarian order gave way to the industrial economy, which in turn gave way to the so-called knowledge-based economy, that economic order has now given way to the 'imaginative' order. Imaginative, creative communities will be the basis for this new economy. Imagination, creativity, and experimentation are the characteristics that drive the economy in the 21st century, and these are also the core principles of successful art making. A vibrant arts scene in a community is also an 'economic engine.'

2. The Role of the Artist in the Community

His Honour Herménégilde Chiasson, poet, film-maker, visual artist and Lieutenant-Governor of New Brunswick, in his concluding remarks on the final day of the conference, suggested that a society without art is like a sleeper without alpha-wave dreams; societies live on ideas and dreams, and it is artists who help create them. Art, he said, should be about our beliefs and our attitudes to issues around us; that way, it will serve the people. In addition, in a cynical age, art, which involves belief, is an increasingly valuable resource. Earlier in the conference, Max Wyman had noted that in an age that is growing restless with pure materialism and is consequently more interested in the transcendent, art (because it is transcendent) is a logical place to turn. As he said, health care is about life, but art is about living. Investment in both is necessary.

Poet, photographer, and novelist, Beth Powning, described the artist's role as analogous to the role of children: to explore the mystery of and to express wonder at the world around us. Communities, she argued, need that fresh vision, a restoration of a sense of awe. The Lieutenant-Governor agreed when he spoke of the role of the recently-established theatre space for Moncton's l'Escaouette company as "a factory for our imaginations." Both he and Dr. Maillet noted the roles of artists as mediums rather than as 'owners;' artists give back and transform what the community already owns and knows. As Dr. Maillet put it (paraphrasing Mark Twain), with great art, we always know what comes next, but we know it after the artist has reminded us.

In the new imaginative world order, Max Wyman observed, the liberated imagination is the most valuable resource. And the imagination is liberated by engagement with cultural expression. Exposure to music, theatre, dance, and visual art, because it nurtures the creative capacities of all citizens, is vital to the development of a creative (and, therefore, prosperous) community.

Mr. Wyman also suggested that the value of artists to a community's well-being can be clearly demonstrated by including artists on municipal committees and in think-tanks. Their conversance with creative thinking and innovation under limitations makes artists an enormous asset on such bodies.

3. The Role of Business in Supporting the Arts

A panel of prominent Atlantic business figures addressed the reasons why they see a vibrant arts-and-culture scene as part of a successful municipality and why their organizations are willing to invest in arts-and-culture projects. They noted that investment in the arts can build good community relationships for their businesses. It can boost brand-awareness and provide access to niche markets. Finally, investment in the arts improves quality of life in a community and, thereby, attracts sophisticated knowledge workers. Robyn Tingley, Aliant Communications, underlined that the arts and culture scene are increasingly important factors in people's decision-making about where to settle. She described how, for her company, which is in the business of connecting people, support of strongly-bound communities through support of arts projects is directly in the company's line of business.

Mike Campbell of McCain's Foods agreed that businesses support projects that are aligned with their business interests – projects that meet the needs of the business, its stakeholders, shareholders, and employees. Derek Oland of Moosehead Breweries reported that Moosehead is involved and interested in the arts as it is in leisure activities – both reach broad and often influential audiences. As a response to the challenge of supporting the arts at the same time as furthering the business's goals, he announced that the brewery is establishing scholarships for students in Maritime Fine Arts post-secondary programmes. These scholarships will take the form of design awards for the creation of point-of-sale art for Moosehead.

In enumerating the ways in which businesses support the arts to ensure a vibrant creative community, panelists listed the following: monetary gifts; gifts in kind; donation of time and effort of employees (through board service, secondments, etc.); provision of display space; and supply of promotion pieces. Denis Losier, CEO of Assumption Life, described how his organization had donated $25,000 for renovations to Moncton's Aberdeen Cultural Centre in return for resident artists' donations of works to Assumption's art collection.

4. The Role of Institutions in Supporting the Arts

The conference heard from gallery directors about the responsibilities of publicly-funded galleries to ensure access to their collections and displays. Gemey Kelly of Mount Allison University's Owens Art Gallery described an educational outreach programme that puts grade school students in the university gallery together with artists, which opens a dialogue about the art. She expressed a preference for programmes that operate during the regular school-day when all children can travel to see the art and talk about it, rather than 'Saturday morning art classes' that draw only a selected few. Dean Brinton, CEO of The Rooms, reported that a grant from a corporation will make it possible for his institution to buy a bus to bring children from around the province to St John's and The Rooms.

The role of universities in providing subsidized spaces for artistic experimentation was discussed several times during the conference. Geographer, Ross Nelson, also pointed out that university students, by their mere presence, are a vital component for a creative municipality.

5. Sustainability and the Municipality

Both Robyn Tingley and Nancy Duxbury of the Creative Cities Network reported that the federal government has recently added a fourth 'pillar' to its model for a sustainable city. Culture joins social, environmental, and economic factors as a key ingredient for sustainability in the New Deal for Cities and Communities.

6. Challenges for Effective Relationships

Delegates were reminded several times throughout the weekend of the need for the arts community to do even more to ensure that its work is perceived as relevant to and accessible by the community at large. Saint John Deputy Mayor, Michelle Hooton, said that a glass wall often exists between artists and their communities, a sentiment echoed by Max Wyman, who quipped that people respect the arts, but they often do not care about them. Means need to be found to make artistic expression a part of everyday life.

Communication between the arts community and potential supporters in the business community was also seen to be an area that needs work if communities are to realize their creative potential. In both cases where communication was perceived as needing improvement, the challenge of finding objective measures was recognized. How can the arts community demonstrate its value to the community at large according to standards that are mutually understood?

7. Some Measures for Improving Relationships

Max Wyman urged delegates to make use of the growing databases established and maintained by the Canada Council for the Arts and the Canadian Conference of the Arts when making their cases for the contribution of arts to communities. In the wake of Richard Florida's ideas, much work has recently been done to explore the relationship between the arts and the economy and to express that relationship in objective terms. At various points during the weekend, speakers alluded to Statistics Canada's estimates that every dollar invested in the arts and culture sector yields $7 for the economy. Gathering data of this sort as well as measuring correlations between artistic activity and economic health can provide a basis for clearer, more persuasive communication.

Michelle Hooton stated that one of the benefits of having an articulated and formally-adopted municipal cultural policy is that it can serve to demystify the role of artists and the arts in the community for the general public. By spelling out responsibilities, offering definitions, and describing relationships, a cultural policy helps clarify the benefits of collaboration for everyone.

In several sessions (relating to creative places, creative spaces and others), the need for improved art education in the school system was expressed. Young people who are exposed to the arts throughout their formative years will understand their value and will be more creative members of a society that relies increasingly on creativity for wealth. University of New Brunswick Vice-President (Saint John), Kathryn Hamer, pleaded that the provincial Department of Education should recognize that fine art, music, and drama are as much 'the basics' as language and mathematics. Max Wyman described an arts-infused learning programme in Tucson, Arizona, where students learn (for example) math through music and geography through dance.

Members of the business panel had several concrete suggestions regarding potential improvements to communications between the artistic community and prospective supporters in the business community. In approaching businesses for support, artists and arts groups were asked to attempt to be more uniform in their approach (perhaps by establishing within the arts community a template for proposals or by forming cooperatives); to take account of businesses' fiscal-year rhythms; to make approaches well in advance of when the funds are needed; to express clearly the value of what they have to offer; and to outline the benefits of partnering that might accrue to the business being approached. Some form of directory or database that captures which businesses typically support which kinds of projects was seen to be an idea worth pursuing.

Max Wyman recommended that the artistic community must (while remaining true to its vision) reinforce its connection with the community it serves; be ready to adapt to new circumstances, including an ongoing fragmentation of audience; stop talking about what it needs and start talking about what it gives; prove relevance (building on the premise that all art is local and that stakeholders are interested in what is in it for them); look closely for guidance from aboriginal communities, where there is no embedded conceptual separation between art and living daily life; and continue to serve as questioners and provokers of change for the better.

A Proposed Checklist for Making a Persuasive Case for the Value of the Arts to a Community or Business Partner

a) Have we made the general argument for the importance of artistic expression as a key stimulating ingredient in the imaginative economic order?

b) Have we demonstrated alignment between our interests and the prospective partner's interests?

c) Have we stressed what we can do for the prospective partner, rather than what we want from them?

d) Have we assembled the appropriate evidence (data from CCA, ACOA, etc.)?

e) Have we considered the fiscal-year rhythms of the prospective partner?

f) Have we identified advocates within the prospective partner's organization?

g) Have we demonstrated relevance to the community at large?

SECTION FOUR:

THE CREATIVE MUNICIPALITY AND THE ATLANTIC CONTEXT

As one of its goals, the conference sought to situate Atlantic Canada in the current discourse on creative-economy models. Keynote speakers, Max Wyman and Glen Murray, and panelists, Ross Nelson and Nancy Duxbury, were particularly helpful in focusing this discussion.

1. The Creative Municipality: Some Alternative Models

Dr. Ross Nelson of Thompson Rivers University described three alternative models for creative cities: the Creative Industry Model; the Experience/Imagination Economy Model; and the Networked Culture Model.

In what Dr. Nelson calls the Creative Industry Model (essentially the talent-attracting model propounded by Richard Florida), diversity, tolerance, and the presence of a "super-creative core" (scientists, engineers, university professors, writers, painters, sculptors, designers, actors, etc.) attract creative workers who make a city that attracts businesses. The companies follow the people or are created by them in the place they have chosen to live. Small cities are "hopeless cases" for this model, according to Florida. The measures of technology, talent and tolerance characteristically applied by Florida and others (measures that include the bohemian index, the gay index, the melting pot index, the techpole index, etc.) are not sensitive to cities of less than 100,000 people.

In the Experience/Imagination Economy Model, the community takes inventory of and finds a way to package an array of features that are already there in ways which appeal to tourists and potential settlers, and that generate direct and spin-off revenues for the municipality and its businesses. Dr. Nelson has studied the city of Missoula, Montana, as an example of this model of approach. As a college town, Missoula offers its residents the best of two usually separate worlds: the cultural vibrancy and sophistication of a large urban centre combined with small-town charm. A choral festival, a book festival and a wildlife film festival all mutually support one another. In such a community, the degree of creative and economic activity can be measured by such indicators as the presence of restaurants and bookstores and the level of grant funding received. Dr. Nelson also reported that several US college towns like Missoula are using the clusters of activity sponsored by their college to make a package that is attractive to settlers, particularly to retirees. A downtown university – especially one with a vigorous art scene and lots of visible students – is a major asset in establishing a creative municipality.

Dr. Nelson stated his own preference for the Networked Culture Model for the small creative municipality in Atlantic Canada. In this model, a community focuses on an existing (or potential) cultural element and works out from there, establishing a kind of 'brand' for the community. He has studied the town of Hultsfred, Sweden, as an example of this model. There, a rock music presence led to a festival, which led to a conference centre, a meeting centre, an incubation centre, an educational centre, a reference library, and a museum.

2. Some Variables for Atlantic Canada

In considering which of the alternative models might serve them best and how to pursue a chosen model, Atlantic Canadian communities were advised by Dr. Nelson to consider the variables that are peculiar to the region. These include: population size; economic base; existing amenities; entrepreneurial resources; opportunities for linkages; and other advantages such as a relatively low cost of living.

3. Some Opportunities for the Atlantic Region

Diversity was identified many times during the conference as an ongoing and developing strength of the Atlantic region. Antonine Maillet reflected on the wealth of traditions reaching back to the roots of Western civilization in Greece and Rome, which were brought to the region by Francophone and Anglophone settlers in the seventeenth and eighteenth centuries. These and the older traditions of the peoples already in place when European settlement began make for a vigorous dialogue between old(er) and new(er). She also noted that the oldest earth on Earth is to be found in New Brunswick, while recorded human history in the region is relatively new. As immigration into the region increased at the beginning of the twenty-first century, a new opportunity arose. According to panelists on the subject of Creative Diversity, the relatively small sizes of Atlantic cities allow for cohesive immigrant communities as well as affording newcomers the luxury of a clear overview of the larger mosaic. Artist, Carlos Gomes, said that he felt that his adopted province of New Brunswick presents a microcosm of what Canada could be. Professor Chedly Belkhodja urged the creation of opportunities and spaces that allow spontaneous, street-level daily interactions to take place between people of different ethnicities – a goal that should be readily achievable in the small cities and towns of Atlantic Canada. Poet and playwright, George Elliott Clarke, however, reminded listeners to his Saturday evening address that there has been a sustained history of overlooking the vital contribution of African-Canadians to the Atlantic cultural space.

According to Max Wyman, the human scale of Atlantic Canadian cities makes for communities that are more self-aware, more humane, and more flexible than larger

centres. Nancy Duxbury characterized the result as a greater sense of authenticity and sense of place than in other regions. Thus, smallness of size becomes an advantage rather than a hindrance.

Visual artists and authors spoke about the potential of the region for yielding artistic inspiration. Antonine Maillet recounted the excitement of seeing, written down for the first time, place names and expressions that had been part of Acadian oral culture for centuries. André Lapointe explained how the 'agility' of the region's landscape feeds his process as an artist.

Nancy Duxbury identified the concentrated presence of long-established, vibrant post-secondary institutions as a further asset for the region.

4. "Case Study:" Caraquet, N.B.

Caraquet Mayor, Antoine Landry, described several of the steps taken by his village on its road to becoming one of the 'Cultural Capitals' of Canada. He reported that Caraquet was the first municipality in New Brunswick to adopt a cultural policy and that, currently, 6% of the municipality's budget is devoted to arts and culture ($42 per head annually). The municipality enables creation rather than doing it or dictating it. One key strategy in this is that the municipality owns buildings where artists can work for free.

Mayor Landry noted that The Acadian Village, which has been a driving economic force in the community, is evolving from being a tourist attraction into being an experience/ educational centre.

5. Some Challenges for the Atlantic region

Various sessions in the course of the conference identified challenges for developing a creative economy in the region. These included: size; relative location; a tourism drive to stereotypes; the threat of losing place (via globalization, chain stores, etc.), 'balkanization' (the separateness of regions, even within the small area); and failure to optimize the positive effects of diversity.

6. Developing the Creative Municipality

Glen Murray offered delegates advice on a model for a general planning framework that includes the following components:

1) Scan of context (community now, past reports);
2) Mapping of cultural and creative assets;
3) Assessment of opportunities and strengths;
4) Action; and
5) Refocusing (monitoring and evaluating).

Such a process, he said, can be entered at any of the five phases and followed through.

The Creative Cities Network's Nancy Duxbury outlined six key Dimensions to Building Creative Communities:
1) Integrate culture into planning (e.g.: build into every municipal decision-making process a question regarding the proposal's impact on and for culture);
2) Access: make sure that the process is inclusive;
3) Support innovative thinking;
4) Nurture cultural eco-systems and networks;
5) Enable dialogue; and
6) Ensure that the municipality takes the lead.

Max Wyman's advice echoed Dr. Duxbury's on the subject of inclusiveness: full variety (intercultural, interdisciplinary, multidisciplinary, etc.) needs to be part of the mix in planning. He further suggested that decision-making in the process of developing a creative municipality might most effectively be by town-hall style meetings.

7. Recommendations:

A) Some measures for municipalities to make more use of their artists:

Presenters and delegates felt that artists might be able to serve their communities even more effectively through a variety of means. Establishment of artists-in-residence programmes by municipality would open up dialogue between artists and the community at large and would demystify art by providing direct access for the general public to the processes of artistic expression, which are, in many cases, tied directly to the lived experience of the community. Since artists are, in many ways, the 'translators' of their community's shared experience, they can serve as effective ambassadors for their municipalities. Using artists on planning committees can provide excellent resources for creative problem solving. Commissioning of public art helps create a physical environment that is attractive to settlers, and private commissions by businesses can be beneficial for both the business and the artist.

B) Some measures for municipalities to nurture their artists:

In order to encourage artists to live and work in their communities, it was recommended at several points during the conference that municipalities can offer subsidy for studio/rehearsal/performance space. Such subsidy should, probably, be made directly to the artist rather than to the prospective landlord and might take the form of a direct grant, grandfathering of rental rates, or donation to artists and/or artist cooperatives of properties seized for tax defaulting (a measure championed by Glen Murray). Brokering partnerships between artists and private-sector interests in the community is another role that could be played by municipal officials.

Herménégilde Chiasson reminded delegates of the importance of designing government programmes that serve not only community development and the community-art models that are often associated with it, but also serve the professional artist.

The conference took place less than a week after Common Council in Saint John adopted that city's first Cultural Policy. Among the features of this is the principle that 1% of city spending on public buildings be allocated to art with private developers to be encouraged to follow suit in their projects. While it is clear that such measures are more to the advantage of some artistic disciplines than others, the principle was universally embraced by delegates. Alden Wilson of the Maine State Arts Commission reported that his state's 'one-percent law' has yielded $7 million in funding to the arts since its inception in 1979.

Deputy Mayor of Saint John, Michelle Hooton, observed that developing an articulated cultural policy helps to take the politics out of decision making and to provide continuity of vision and purpose in a milieu where the elected representatives can change quite often and where they represent no particular party. Policy, by spelling out stakes and responsibilities, can also help demystify art and artists for the average citizen, she added. Moreover, municipal commitment to the arts and culture as embodied in an adopted cultural policy begets provincial and federal commitment.

University professor, Daniel Bourgeois, warned against the establishment of policies that limit rather than enable. It was noted that ongoing effective monitoring of cultural policy is essential.

C) Some measures to be taken by artists:

A number of steps that artists might take to ensure the development of fully-functioning creative communities were discussed. It was noted that artists have a responsibility to help articulate their community's creative capacity by being eloquent advocates and advertisers of what they do and how they contribute. They need to work with others in the community to find ways to take expressed culture and make it the lived culture. Artists were encouraged to become more politically engaged in existing systems by visiting their mayors and councilors, and even running for office.

SECTION FIVE:

VISUAL ARTS, ECONOMICS, AND DEMOGRAPHICS:

The First Atlantic Canada International Fine Art Market

1. Introduction

The first Atlantic Canadian Fine Art Market began with a dazzling kick-off reception that allowed delegates at the Atlantic Cultural Space Conference to see the work of some of Atlantic Canada's finest painters and photographers. As well, eight commercial galleries from Atlantic Canada (namely, from New Brunswick, Newfoundland, and Nova Scotia) were there to present their work to six art dealers from Europe, one dealer from the United States, and one representative from a German art fair.

As a consequence, five artists from the Atlantic region have been invited to ARTKarlsruhe in Germany in March 2006. This market welcomes between 30,000 and 40,000 art buyers, yearly. As well, the Christina Parker Art Gallery in St John's, Newfoundland, and Art Contact in Fredericton, New Brunswick, have agreed on a reciprocal partnership that will allow each gallery to welcome artists who are represented by the other gallery in the other province. Shortly after the Art Market, the work of Alexandra Flood, a New Brunswick artist, was shown in Newfoundland as the first of these exchanges set up at the Art Market.

2. Seminars and Panel on Export

Two seminars and one panel especially designed for the art dealers were presented. However, the delegates for the conference at large were also welcome to attend. Each presentation was extremely well attended.

In his talk entitled, "Realize a World of Opportunities," Jeff MacArthur explained that one of the greatest hurdles in selling art internationally is the number of players involved. A piece of work generally starts at the artist, then moves through a local gallery and then, an international gallery before it finally ends up in the hands of a foreign buyer. Issues of ownership, liability and payment exist at each stage of the process. His organization has developed a dual coverage insurance policy that protects both the artist and the Canadian gallery, even in the case of the foreign gallery going bankrupt.

A gallery owner from Scotland taking part in the Art Market raised the issue of the complications arising from dealing with multiple currencies, which can result in payments taking weeks to be processed and bank service charges incurred at both ends of the transaction. MacArthur responded by suggesting the creation of a holding

company to speed up the money transactions in different currencies to cut down on bank charges.

Aaron Milrad, a Toronto-based, intellectual property lawyer, addressed more specifically the issues brought up by Jeff MacArthur in a seminar entitled, "Copyright Law in the International Markets."

Milrad told the story of the creators of Superman©, who sold their copyright and ended their lives in relative poverty. By sharp contrast, the creator of the happy face kept his copyright and ended up a millionaire.

He stated that intellectual property covers things we think up and that copyright, in particular, prevents a work being produced without authority. It also offers avenues of recourse when it is violated, including the right to seek damage.

He warned against selling copyright and recommended licensing, which allows the artist to retain control. He ended his presentation by listing the finer details that any contract between the artist and the gallery should include, whether the contract governs the purchase of art or, more commonly, consignment.

The Creative Export Panel, consisting of Ingrid Mueller, Christina Parker, Peter Buckland and Daniel Kojo Schraade, ended the series of seminars with good advice from the players on the international markets.

Ingrid Mueller advised gallerists and dealers looking to export to have a vision and stick with it. "Be prepared to be hated, greatly hated," she said. She also reminded people that showing overseas piles on other considerations, including higher freight costs, customs and other bureaucratic issues as well as language barriers.

Daniel Kojo Schraade explained the intricacies of organizing a fine art market in Germany, especially the ARTKarlsruhe Art Fair in Karlsruhe, Germany, which welcomes between 30,000 and 40,000 art buyers each year.

Christina Parker from St. John's said that being selected by a jury is challenging. She advised dealers to consider how many and which artists really show well together; to go for more works by fewer artists; and then design the booth around these works. Peter Buckland illustrated this by telling the audience of an experience where he took 120 canvases to a show in Florida, which represented a huge amount of work, but ended up with his selling just enough to cover the costs. He summed it up by saying that next time, he will take fewer works by just a few selected artists. He will have his vision, and he will stick to it.

3. General observations

Generally, it was agreed that the critical mass in Atlantic Canada is too small to sustain an international fine art market. Furthermore, the disposable income in Atlantic Canada is relatively low, which does not allow for the purchase of high-end fine art. It was suggested that it would be preferable to present Atlantic Canadian artists in bigger markets such as the ones in Toronto, the United States and Europe rather than to try to develop one in Atlantic Canada. The representatives and dealers from the international galleries also expressed the desire for more one-on-one meetings with artists in their studios.

SECTION SIX:

RECOMMENDATIONS

From the discussions and advice summarized above flowed several recommendations for future direction:

1) That in recognition of the importance of the arts to the new imaginative economic order and to achieve a clear level of mutual understanding between the artistic community and the community at large, municipalities in the Atlantic region devise and adopt cultural policies that are adapted to their community and that treat respective artistic disciplines equitably; and that, to this end, a series of 'arts and culture summits' be held in regional municipalities over the next twelve months, perhaps in the context of a declared 'year of culture;'

2) That in order to ensure a citizenry that is creative and responsive to the new imaginative order, departments of education be urged to support courses in fine art, drama, and music as 'basics;'

3) That in order to optimize partnerships with private-sector funders, the artistic community develop standards for approaches to businesses for funding;

4) That in order to facilitate partnerships with private-sector funders, a directory be devised describing which businesses typically support which projects; and that, since vibrant partnerships between artists and businesses will foster a creative community, municipalities do what they can to broker such partnerships;

5) That in order to improve communication between the artistic community and the community at large, measures be taken by the artistic community to ensure ongoing data gathering on and research into the impacts of the arts on the well-being of the community and developments in policy on cultural rights and entitlements, and that these findings be regularly communicated;

6) That in order to assist the artistic community in taking stock of itself and in voicing its goals and potential contributions, provincial arts councils/boards organize a series of one-day, theme oriented sessions for artists;

7) That in order to communicate their goals and potential contributions clearly and effectively, professional artists incorporate themselves into formal organizations (and particularly in New Brunswick, into an organization of Anglophone artists to parallel the existing AAAPNB);

8) That in order to optimize the value that artists can bring to a community, artists and municipal officials explore ways in which expressed culture can become the lived culture;

9) That in order to take part in the new imagination-economy, municipalities evaluate alternative models for developing creative communities;

10) That in order to demystify art and improve community understanding of artistic process, municipalities and the arts community explore models for artist-in-residency programmes;

11) That in recognition of the artists' role as translators of their community's identity, municipalities and artists explore models for artists as ambassadors;

12) That in order to ensure creative input in all areas of governance, municipalities seek to include artists on planning committees, etc.;

13) That as a means of making expressed culture part of the lived culture, municipalities and organizations regularly commission public art;

14) That in recognition of the importance of a healthy creative core to the well-being of the municipality and to keep artists there, municipalities explore means of subsidizing artists, including direct subsidies, rent controls, property gifts, etc.;

15) That government and educational institutions explore options for building capacity for arts management training in the region;

16) That government programmes for funding the arts be constantly reviewed to ensure that they are serving both communities and professional artists well;

17) That instead of organizing an International Fine Art Market in Atlantic Canada, it would be preferable to present Atlantic Canadian artists in international fine art fairs;

18) That a study be made of the various large markets to determine which would be best suited for Atlantic artists;

19) That representatives of large overseas markets be invited to tour Atlantic artists' studios;

20) That regular commercial missions be organized to take our artists to the large international markets;

21) That a long-term promotion plan be established to allow support of promising fine artists so as to sustain the same artists over several years to help launch their international careers;

22) That some sort of holding company be created to speed up money transactions in different currencies to cut down on bank charges;

23) That artists and galleries work to pool their resources (rather than going it alone) as a way to ease the marketing workload and focus in on potential markets and buyers; and

24) That gallerists establish local representation to draw on knowledge of markets, buyers, and what works and what does not.

APPENDIX 1:

PROGRAMME FOR THE CONFERENCE

The Atlantic Cultural Space Conference is proud to introduce informative and professional speakers who are very involved within the Canadian Fine Art Sector. Atlantic Cultural Space speakers, panelists and keynotes will provide relevant and useful information on how artists and their municipalities can work together to help build identity, develop public policy and grow the economy.

All sessions will be 45 minutes to one hour long. Presentations will follow by a Q and A period. Each session will be available in both official languages.

Friday, September 30, 2005

AM

6:30 Exhibitor Set Up

8:00 Registration Desk Open

8:45 Exhibitor Floor closed to any more set ups
Official Opening /Press Conference
(Marco Polo Room)

9:15 KEYNOTE Speaker - Dr. Antonine Maillet: "La Sagouine and the renaissance of Bouctouche" (All participants)

10:15 Health Break, Exhibitor Floor Open

10:45 Seminar: "Creative Places" - Atlantic Canadian artists talk about what "place" means to their work. (Simultaneous)
Moderator: Chris Lloyd

Seminar: "Creative Diversity" - A panel on the vital role of cultural diversity in the creative municipality (Simultaneous)
Moderator: Janet Scott

PM

12:00 Lunch – Exhibitor Floor/Network

1:00 "Realize a World of Opportunities" - Jeff MacArthur

2:15 Seminar: "Creative Industries" - A discussion about the roles of tourism, film, music, video and new media production in the municipal economy (Simultaneous)
Moderator: Kendra Black

Seminar: "Creative Spaces" - Curators, managers, and artists talk about cultural facilities and programming. (Simultaneous)
Moderator: Dr. Robert Kavanagh

3:30 Health Break

3:45 Seminar: "Creative Business Partners" - A panel of business people explain their stake in the arts.
Moderator: Dr. Thomas J. Condon

5:00 Exhibitor Floor Closes, Break prior to Kick-off GALA

7:00 Official Kick off for ACS conference.
Guest Speaker: John Hobday, Director, Canada Council for the Arts - "Friends and Allies: Making the Case for the Arts"

Saturday, October 1, 2005

AM

9:00 KEYNOTE Speaker - Max Wyman: "Culture and the Atlantic Municipal Economy,"
Breakfast included (All participants)

10:15 Exhibitor Floor Open

10:45 Seminar: "The Creative City and the Atlantic Experience" - Dr. Nancy Duxbury and Dr. Ross Nelson lead an exploration of how the Creative City Model can be adapted to the Atlantic municipality.
Moderator: Dr. Robert MacKinnon
Speakers: Dr. Nancy Duxbury
Dr. Ross Nelson

PM

12:00 Lunch – Exhibitor Floor/Network

1:00 Seminar: "Responsibilities and Liabilities of Shippers and Public Carriers" - Aaron Milrad

2:15 KEYNOTE Speaker - Antoine Landry: "Making Caraquet a Cultural Capital" (All participants)

3:30 Health Break

3:45 Seminar: "Creative Policy" - A panel on development of municipal cultural policy and funding

for the arts (Simultaneous)
Moderator: Michael Wennberg

Seminar: "Creative Expo(a)rts" - A discussion about how to find international markets for local artists (Simultaneous)
Moderator: Pauline Bourque

5:00 Exhibitor Floor Closes/Tear down, Break prior to "Gala Galore!"

6:00 Reception - New Brunswick Museum (Under the Whales)

7:00 Saunter over to the Hilton Trade and Convention for "Gala Galore!"

7:30 "Gala Galore!" Dinner - Entertainment and Fine Art Programming
Guest Speaker: Dr. George Elliott Clarke
(Glamour attire and wearable art - Grand Prize to be given away for best artistic attire)

Sunday, October 2, 2005
AM

9:00 KEYNOTE Speaker - Glen Murray: "Arts, Culture and Changing the Urban Landscape"
Breakfast included (All participants)

10:45 Seminar: "New Creative Spaces" - Findings and Recommendations
Speaker: His Honour Herménégilde Chiasson, Lieutenant-Governor of New Brunswick

APPENDIX 2:

LIST OF PANELISTS

"Creative Places" - Atlantic Canadian artists talk about what "place" means to their work.
Panelists: Romeo Savoie
André Lapointe
Suzanne Hill
Beth Powning

"Creative Diversity" - A panel on the vital role of cultural diversity in the creative municipality
Panelists: Dr. Chedly Belkhodja
Marie-Pierre Simard
Carlos Gomes

"Creative Industries" - A discussion about the roles of tourism, film, music, video and new media production in the municipal economy
Panelists: Gregor Ash
Mario Cyr
Paul LeBlanc
Greg Hemmings

"Creative Spaces" - Curators, managers and artists talk about cultural facilities and programming.
Panelists: Gemey Kelly
Dean Brinton
Marcia Babineau
Ross Jefferson

"Creative Business Partners" - A panel of business people explain their stake in the arts.
Panelists: Denis Losier
Robyn Tingley
Derek Oland
Mike Campbell

"Creative Policy" - A panel on development of municipal cultural policy and funding for the arts
Panelists: Dr. Daniel Bourgeois
Carmen Gibbs
Michelle Hooton
Alden Wilson

"Creative Expo(a)rts" - A discussion about how to find international markets for local artists
Panelists: Ingrid Mueller
Peter Buckland
Christina Parker
Daniel Kojo Schrade

APPENDIX 3:

LIST OF ART MARKET PARTICIPANTS

Galleries:

Peter Buckland Gallery
80 Prince William Street
Saint John, NB E2L 2B3
(506) 693-9721
buckart@nb.sympatico.ca

The Inverness County Centre for the Arts
P.O. Box 709, 16080 Highway 19
Inverness, NS B0E 1N0
(902) 258-2533

Handworks Gallery
12 King Street
Saint John, NB E2E 1G2
(506) 652-9787
shannon@handworksnb.com

Agence de mise en marché d' oeuvres d'art (AMMOA)
130-B Weldon Street
Moncton, NB E1C 5W2
(506) 852-3656
ammoa@nbnet.nb.ca

Art Contact, Inc.
224 Lynhaven Court
Fredericton, NB E3B 2V6
(506) 453-1856
ingridmueller@msn.com

Gallery 78
796 Queen Street
Fredericton, NB E3B 1C6
(506) 454-5192

Trinity Galleries
128 Germain Street
Saint John, NB E2L 2E7
(506) 634-1611
art@trinitygalleries.ca

Christina Parker Gallery
7 Plank Road
St. John's, NL A1E 1H3
(709) 753-0580
cpg@nfld.net

International Gallery Attendees:

Mr. Colin Ardley, Curator,
Deutsche Werkstaetten Hellerau,Germany

Mr. Karl Ewald Schrade, Curator and Director,
Galerie Schrade - Karlsruhe, Germany

Mr. Daniel Kojo Schrade, Curator and Director,
Galerie Schloss Mochental, Germany

Ms. Anya von Gösseln, Director,
Office of Contemporary Art, Ireland

Mr. Marc N. Schepens
Pucker Gallery, USA

Mr. Dan Lewis, Director, and Ms. Elaine Crook,
Artery Gallery, Scotland

APPENDIX 4:

Participation at the ARTKarlsruhe, Karlsruhe, Germany, March 9-12, 2006

As a direct spin off of the first Atlantic Canada International Fine Art Market held in conjunction with the second edition of the Atlantic Cultural Space Conference, one of the buyers from Germany, Mr. Ewald Schrade, had the opportunity to visit Saint John, NB; Fredericton, NB; Charlottetown, P.E.I.; and the Aberdeen Cultural Centre in Moncton, NB. The work of some of our best Atlantic Canadian artists caught his eye, and he suggested that their art be presented in Karlsruhe. artsnb followed this recommendation.

Then, Mr. Schrade was invited to attend the opening of TRANSIT-Atlantic Crossings, an exhibit of Atlantic Canadian art held at the Galerie Deutsche Werkstaetten Hellerau in Dresden, Germany. He was so impressed with the exhibit and the high quality of art that he offered to sponsor a full-size booth (1000 square feet) at the ARTKarlsruhe Art Fair (www.art-karlsruhe.de). Mr. Schrade is the Director/Curator of this event, which annually welcomes over 30,000 international art collectors.

This experience has shown that it is imperative to patiently promote our artists abroad if we wish to develop new markets for them. Our participation at the ARTKarlsruhe was a great success. We were able to build on previous contacts and gain new clientele. Nine pieces of Atlantic Canadian art were sold at and above the Canadian market value. This is a respectable feat for a new exhibitor presenting artists who are (were) unknown beyond our own national boundaries.

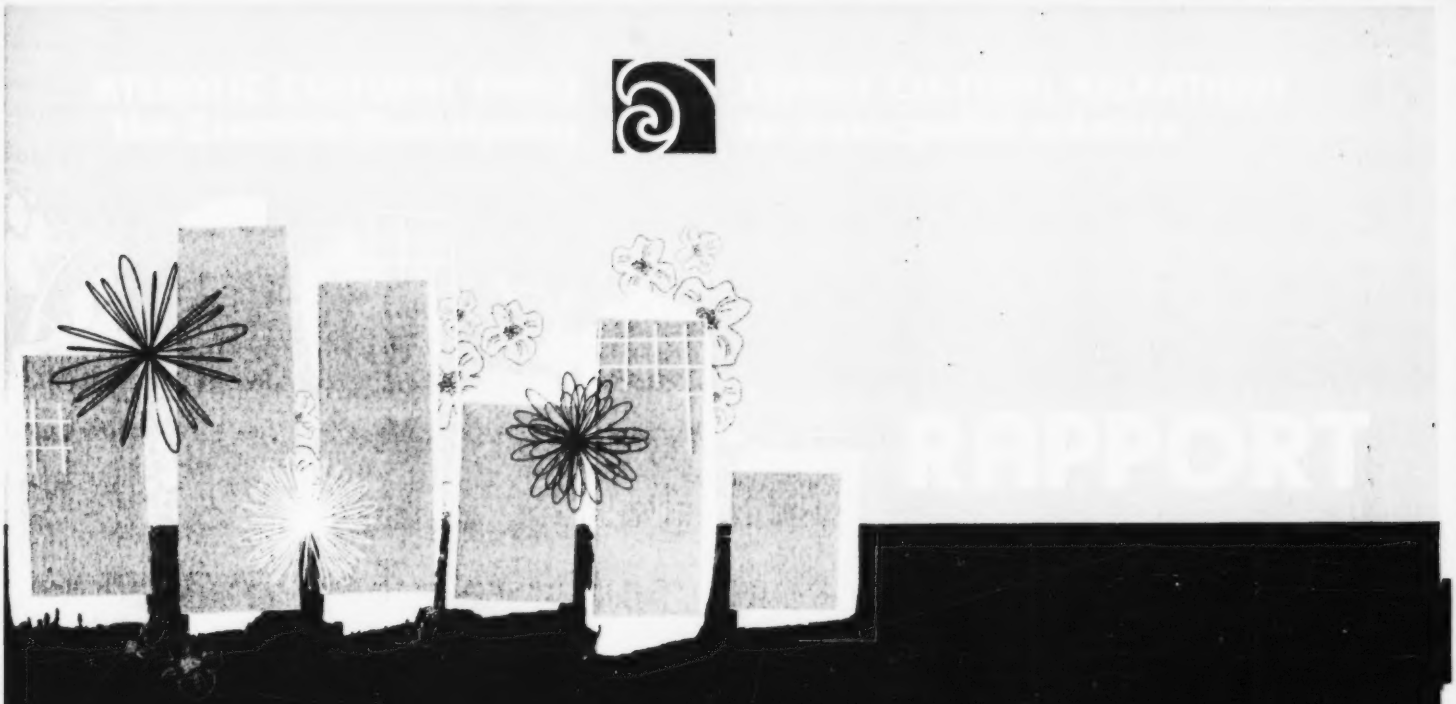
Europeans have a great interest for everything Canadian, and the artsnb booth was one of the most highly frequented at the art fair. Dignitaries including Guido Westerwelle, the Leader of the German Liberal Party, and Guenther Oettinger, Premier of Baden Wuerttenberg, took the time to see and speak about Atlantic Canadian art and culture. We were also among the few exhibitors who were invited to attend the Mayor of Karlsruhe's dinner.

The attendance of artists Alexandra Flood, NB; Wayne Boucher, NS; Brian Burke, PEI; Mathieu Léger, NB; and Gordon Dunphy, NB, was very advantageous. They were able to promote their work and build partnerships with European galleries. Their networking has heightened the awareness for Atlantic Canadian art abroad.

artsnb's participation at the ARTKarlsruhe 2006 has opened the doors to an international market for Atlantic Canadian artists. We wish to thank Ingrid and Peter Mueller for accepting to organize this event in such short notice. Their experience in organizing international events and their knowledge of the ways of European business proved to be invaluable in dealing with customs, clients, freight companies and the organizers of the art fair. We thank ACOA for believing in this project, and for their continued support. Finally, we thank Mr. Ewald Schrade for his enthusiasm about our artists and for his generous sponsorship.

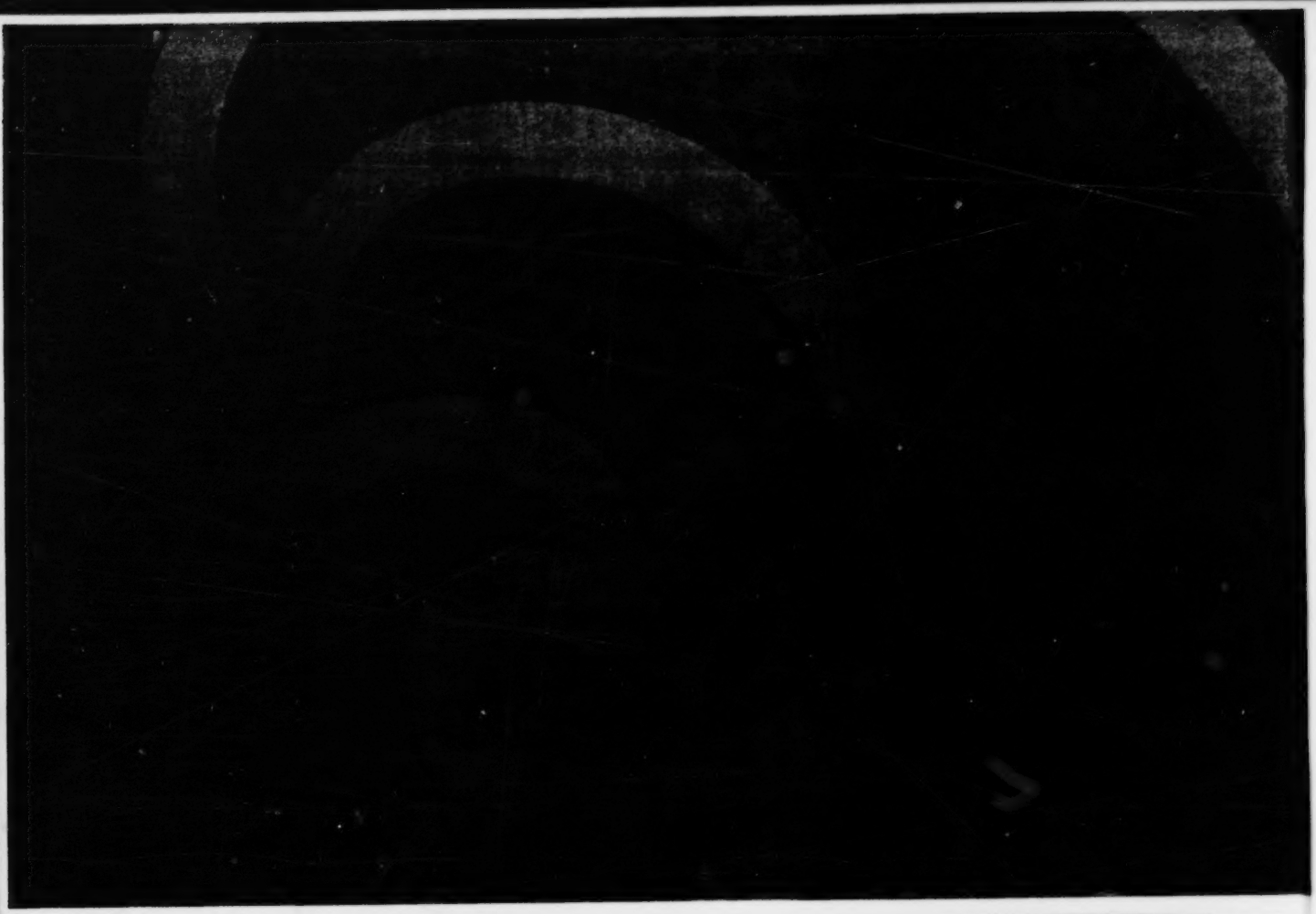
artsnb's success at the ARTKarlsruhe marks the beginning of a flourishing export market for Atlantic Canadian art.

Submitted by:
Pauline Bourque
Executive Director
New Brunswick Arts Board
(artsnb)



RAPPORT

L'activité artistique, la culture et la diversité sont des moteurs de croissance économique et des pôles d'attraction dans les collectivités. À la conférence Espace culturel Atlantique, nous avons exploré l'art de bâtir une collectivité créative.



Rapport de la conférence

Espace culturel Atlantique : la municipalité créative
septembre 2005

Centre des congrès et du commerce - Hilton
Saint John, Nouveau-Brunswick, Canada

Présenté par le Conseil des arts du Nouveau-Brunswick

Rapport préparé par :
Mark Blagrave,
coprésident de la
conférence Espace culturel Atlantique 2005
et 1er vice-président du
Conseil des arts du Nouveau-Brunswick
634, rue Queen, Suite 300
Fredericton, (N.-B.) E3B 1C2
www.artsnb.ca

ISBN 0-9736645-2-5

mars 2006

Supervision du rapport :
Pauline Bourque, directrice générale,
Conseil des arts du Nouveau-Brunswick

Graphisme de la page couverture :
Lise Hansen

Révision des textes et mise en page :
Denise Violette

REMERCIEMENTS

Le Conseil des arts du Nouveau-Brunswick désire remercier tous les partenaires qui ont rendu possible la tenue de la conférence Espace culturel Atlantique – 2005.

Partenaires financiers principaux : le Gouvernement du Canada :
- Agence de promotion économique du Canada atlantique
- Ministère des affaires extérieures et du commerce international

le Gouvernement du Nouveau-Brunswick :
- Secrétariat à la culture et au sport
- Société de développement régional
- Relations intergouvernementales et internationales

Commanditaire média : Here

Commanditaire spécial : Punch Productions

Commanditaires principaux :
- Conseil des arts du Canada
- Commission canadienne pour l'UNESCO
- Ville de Saint John
- Consulat général de France à Moncton et à Halifax
- Musée du Nouveau-Brunswick
- Université du Nouveau-Brunswick à Saint John

Commanditaires participants :
- Aliant
- Alpine
- Conseil des ressources humaines du secteur culturel
- Université Mount Allison
- Stewart McKelvey Stirling Scales

Coordination de la conférence : Judith Mackin, Punch Productions

MOT DE LA DIRECTRICE DE LA CONFÉRENCE

C'est avec une grande fierté que nous vous présentons le rapport final de la deuxième édition de la conférence Espace culturel Atlantique : La municipalité créative et de la première édition du Marché international des beaux- arts en Atlantique. Sept artistes des provinces de l'Atlantique ont été invités à présenter et même vendre leurs œuvres au Marché international ARTKarlsruhe à Karlsruhe en Allemagne en mars 2006, une conséquence directe de l'événement de Saint John. Un rapport plus détaillé de cette aventure se retrouve à l'Annexe 4, page 16.

C'est grâce à la sagesse de nos deux coprésidents, l'honorable Herménégilde Chiasson et Mark Blagrave, professeur à l'Université Mount Allison, et des distingué-e-s membres du comité directeur que nous avons pu réaliser cet exploit en un temps record.

Je remercie particulièrement Judith Mackin des Productions Punch qui nous a assisté, depuis Saint John, dans l'organisation de l'événement ainsi que le personnel du Conseil des arts du Nouveau-Brunswick qui a travaillé au-delà de toute attente à la réalisation de ce projet d'envergure.

Mais cette conférence n'aurait pu se réaliser sans la participation financière de nos nombreux partenaires et commanditaires. Nous vous remercions sincèrement.

Je souhaite remercier chaleureusement les délégué-e-s, les panélistes et les invité-e-s qui sont venu-e-s des États-Unis, de l'Europe et d'ailleurs au Canada. Votre contribution à tous les aspects de la conférence nous donne beaucoup d'espoir et d'énergie pour construire la communauté créative de l'avenir. Nous espérons que votre séjour dans notre jolie ville portuaire a été aussi confortable que joyeux et que vous êtes rentré-e-s chez vous avec un excellent souvenir de votre passage parmi nous.

Pauline Bourque, directrice générale
Conseil des arts du Nouveau-Brunswick

MOT DU PATRON HONORAIRE et COPRÉSIDENT

Nous vivons à une époque où il se produit un important mouvement de population indicateur d'une fascination pour la vie urbaine, pour cette proximité qui favorise les échanges de toutes sortes. Il est évident que les arts et la culture auront un rôle majeur à jouer dans cette redéfinition du territoire qui s'affirme à l'échelle planétaire.

Les arts sont traditionellement associés à l'espace urbain, car on y retrouve une concentration de population qui permet de diversifier et de multiplier les rencontres et les échanges qu'il est possible d'y faire. Les municipalités, en tant qu'organisations responsables et soucieuses du bien-être de leurs citoyens, se doivent de s'impliquer dans la création et la promotion des arts se faisant ainsi garantes d'une qualité de vie, d'une recherche spirituelle et d'une augmentation du civisme. Une telle approche permet de dynamiser les collectivités tout en leur permettant de se rapprocher dans un projet commun riche en retombées de toutes sortes.

Le compte rendu qui suit a permis de partager, de tenir compte et d'élaborer des expériences intéressantes et concluantes à ce sujet.

Je félicite, remercie et encourage ceux qui ont organisé, qui ont pris part et qui ont financé cette importante rencontre.

Je garde espoir que les arts pourront un jour nous inspirer dans la création de villes nouvelles, d'espaces nouveaux où nous pourrons nous retrouver dans un bonheur renouvelé.

L'honorable Herménégilde Chiasson
Lieutenant-gouverneur du Nouveau-Brunswick

MOT DU COPRÉSIDENT

Un rapport imprimé ne fait qu'effleurer le sujet de l'énergie et de l'effervescence qu'on ressent en présence d'artistes, d'administrateurs des arts, de fonctionnaires municipaux, de critiques et de chefs d'entreprises reconnus de la région Atlantique, qui discutent des rôles et des responsabilités des artistes de l'Atlantique et de leurs municipalités dans cette nouvelle économie créative et innovatrice.

Nous espérons néanmoins que le rapport traduit l'essentiel du dialogue et précise le consensus atteint à la conférence sur les prochaines étapes à franchir concernant la politique culturelle municipale, l'enseignement des arts, les stratégies de communication améliorées, la collecte continue de données, et concernant les mesures à prendre pour rehausser le profil des artistes de l'Atlantique à l'étranger.

Mark Blagrave, Ph. D.
1er vice-président
Conseil des arts du Nouveau-Brunswick et
professeur à l'Université Mount Allison

ESPACE CULTUREL ATLANTIQUE :
La municipalité créative

TABLE DES MATIÈRES

PREMIÈRE PARTIE : Page 1
RÉSUMÉ

DEUXIÈME PARTIE : Page 2
ORGANISATION DE LA CONFÉRENCE ET DU MARCHÉ DES BEAUX-ARTS

TROISIÈME PARTIE : Page 3
L'ARTISTE ET LA MUNICIPALITÉ

QUATRIÈME PARTIE : Page 6
LA MUNICIPALITÉ CRÉATIVE ET LA PERSPECTIVE ATLANTIQUE

CINQUIÈME PARTIE : Page 9
ARTS VISUELS, ÉCONOMIE ET DÉMOGRAPHIE

SIXIÈME PARTIE : Page 10
RECOMMANDATIONS

ANNEXE 1 : Page 12
PROGRAMME DE LA CONFÉRENCE

ANNEXE 2 : Page 14
LISTE DES EXPERTS

ANNEXE 3 : Page 15
LISTE DES PARTICIPANTS AU MARCHÉ DES BEAUX-ARTS

ANNEXE 4 : Page 16
PARTICIPATION À ARTKARLSRUHE

PREMIÈRE PARTIE :

RÉSUMÉ

Espace culturel Atlantique : La municipalité créative a été conçue comme seconde activité dans le cadre d'une série de conférences sur les arts dans la région Atlantique. Le Conseil des arts du Nouveau-Brunswick a organisé la première conférence en mai 2002. Cette initiative a permis d'établir un portrait général du dynamisme de la vie culturelle et artistique de la région. Pour la seconde conférence, il a été décidé de mettre l'accent sur des thèmes plus précis en s'attardant sur le lien entre les artistes en Atlantique et leur sphère d'activité immédiate : la municipalité. Plus précisément, la conférence a été élaborée afin d'examiner et mettre en valeur l'apport des artistes en Atlantique à leurs municipalités; artistes qui aident à façonner, à définir la personnalité de la municipalité, en créant une capitale culturelle, et en assurant une ambiance qui favorise la diversité, l'innovation et la création; ce qui peut exercer une influence bénéfique sur l'ensemble de la population et sur tous les secteurs de l'économie. Il a également été convenu que la conférence devrait explorer les façons dont les municipalités en Atlantique pourraient (en retour) créer des conditions de travail propices pour leurs artistes, leur fournir un soutien moral et financier, et créer des possibilités de marché dans la région et à l'étranger.

Six conférenciers d'honneur ont été invités à aborder ces questions en s'attardant sur l'identité et les moyens à adopter pour développer des communautés créatives. Trente-sept experts ont été invités à explorer les sujets suivants : places, espaces, diversité, industries, politiques, exportations, et partenariats commerciaux créatifs. Comme initiative de travail pratique complémentaire aux séances de la conférence, et pour explorer les possibilités offertes par les marchés internationaux pour les artistes du Canada atlantique (vu la géographie et le profil démographique particuliers du Canada atlantique), le premier Marché des beaux-arts du Canada atlantique a été mis sur pied. La conférence et le Marché des beaux-arts ont été présentés au Centre des congrès et du commerce de Saint John, du 30 septembre au 2 octobre 2005. Les deux cent vingt-deux délégués qui y ont participé représentaient des groupes artistiques, des artistes, des municipalités, des galeries et des exposants.

À la suite des séances et des discussions, plusieurs moyens ont été suggérés pour permettre aux artistes et aux municipalités de mieux collaborer afin d'en retirer des avantages mutuels. Une liste complète des recommandations qui ont été formulées durant les discussions de la conférence figure dans la sixième partie du présent rapport. En général, plusieurs besoins ont été cernés durant la conférence, notamment : la nécessité d'adopter des politiques culturelles à l'échelle municipale; la nécessité pour le ministère de l'Éducation de favoriser les cours de beaux-arts, d'art dramatique et de musique comme « matières de base », la nécessité d'élaborer des formulaires et des méthodes normalisés pour solliciter la participation de partenaires financiers du secteur privé; la nécessité de recueillir et d'entretenir des bases de données ayant trait à l'influence des arts pour le mieux-être de l'ensemble de la communauté; la nécessité pour les artistes de tenir davantage de rencontres et de créer davantage d'organismes d'artistes pour mettre en valeur les contributions éventuelles de l'artiste; le besoin de faire de la culture exprimée une partie de la culture vécue (ce qui comprend une promotion accrue de l'art public); la nécessité d'étudier d'autres modèles communautaires créatifs appropriés pour les provinces de l'Atlantique; la nécessité d'établir des programmes d'artistes en résidence et des programmes d'artistes ambassadeurs; le besoin d'instaurer des programmes de subvention municipale pour les artistes; le besoin de formation en gestion de l'art dans la région; le besoin d'explorer les possibilités des marchés de l'art sur la scène internationale pour les artistes de l'Atlantique; et la nécessité d'établir des programmes à long terme pour aider les artistes de l'Atlantique à pénétrer les marchés internationaux.

DEUXIÈME PARTIE :

ORGANISATION DE LA CONFÉRENCE ET DU MARCHÉ DES BEAUX-ARTS

Espace culturel Atlantique : La municipalité créative était la seconde conférence d'une série de rencontres portant sur les arts dans la région Atlantique. La première conférence – Espace culturel Atlantique : une conférence sur les nouvelles directions dans le patrimoine et les arts, a été présentée à Moncton, au Nouveau-Brunswick, en mai 2002. Organisée par le Conseil des arts du Nouveau-Brunswick, cette conférence avait pour but de s'attarder à la place occupée par les artistes canadiens en Atlantique dans le contexte plus large d'un réseau Atlantique. Cinq séances plénières, treize groupes d'experts et quinze tables rondes regroupant un total de 143 conférenciers ont permis au cours de la première conférence de brosser un portrait fidèle de la vivacité artistique et culturelle de la région. Les résumés des enregistrements magnétiques effectués lors de la première conférence ont été publiés par le Conseil des arts du Nouveau-Brunswick dans un rapport en janvier 2005. Des exemplaires de ce document sont disponibles auprès du Conseil des arts.

Dans le cadre de son plan stratégique de 2003-2006, le Conseil des arts du Nouveau-Brunswick a envisagé la tenue d'une seconde conférence pour poursuivre le travail entrepris lors de la première activité et renouveler les liens qui avaient été créés. La date choisie pour tenir cette conférence a été la fin septembre 2005. Un comité directeur, coprésidé par le lieutenant-gouverneur, Herménégilde Chiasson, et Mark Blagrave, professeur à l'Université Mount Allison, a été créé en décembre 2004 pour déterminer le format le plus approprié et l'orientation à privilégier pour cette activité. Les membres du comité directeur comprenaient : Kathryn Hamer, vice-présidente, UNBSJ; Jane Fullerton, directrice, Musée du Nouveau-Brunswick; Bernard Cormier, agent aux affaires culturelles de la ville de Saint John; Bernard Riordon, directeur général de la Galerie d'art Beaverbrook; Michael Wennberg, partenaire, Stewart McKelvey Stirling Scales; Pauline Bourque, directrice générale, Conseil des arts du Nouveau-Brunswick; et Darrin White, directeur général du Conseil des arts de l'Î.-P.-É. À la suite de l'examen des comptes rendus de la conférence précédente et compte tenu des activités prévues pour la seconde conférence à Saint John, au Nouveau-Brunswick, où un intérêt réel a été constaté concernant les modèles de villes créatives et des rôles culturels d'une municipalité, il a été décidé de mettre l'accent sur les liens entre les artistes en Atlantique et leur sphère d'activités la plus immédiate : la municipalité.

Le comité directeur a cerné trois volets à explorer lors de la conférence : arts, culture et identité municipale; arts, culture et l'économie de la municipalité; et soutien des arts et de la culture au sein de la municipalité. Il a été convenu que la conférence devrait examiner comment les artistes en Atlantique contribuent à façonner l'identité de leurs municipalités, en créant une capitale culturelle pour des bienfaits intragénérationnels et intergénérationnels, et en assurant une ambiance propice à la création, à l'innovation et à la diversité qui peut être favorable à l'ensemble de la population et à tous les secteurs de l'économie et les influencer. En outre, il a été convenu que la conférence devrait chercher des moyens de permettre aux municipalités de l'Atlantique (en retour) de créer des conditions de travail propices et stimulantes pour leurs artistes, de leur fournir un soutien financier et moral et enfin de leur trouver des débouchés d'affaires sur le marché domestique et à l'étranger.

La stratégie qui a finalement été élaborée pour aborder ces questions a été la suivante : inviter six conférenciers d'honneur pour discuter du thème de l'identité et des façons d'établir une municipalité créative et demander à 37 experts d'explorer les thèmes suivants : endroits, espaces, diversité, industries, politiques, exportations et partenariats commerciaux créatifs. Un groupe spécial a été créé pour examiner comment les théories « Creative Class » de Richard Florida peuvent s'appliquer à la région Atlantique. Un programme intégral de la conférence figure à l'Annexe 1 du présent rapport. Les conférenciers d'honneur étaient l'écrivaine, Antonine Maillet; le critique et commissaire à l'UNESCO, Max Wyman; le maire Antoine Landry; le stratège et conseiller urbain, Glen Murray; le poète et dramaturge, George Elliott Clarke; et le poète, dramaturge et artiste, Herménégilde Chiasson. Le groupe qui s'est penché sur le modèle de ville de catégorie créative, présidé par Robert MacKinnon, doyen des arts de l'Université du Nouveau-Brunswick à Saint John, était composé de Nancy Duxbury du Réseau des villes créatives et Ross Nelson, professeur de géographie à l'Université Thompson Rivers. Une liste de tous les experts comprenant des artistes, des hommes et femmes politiques, des administrateurs d'art, des urbanistes, des professeurs d'université et d'autres, figure à l'Annexe 2 du présent rapport.

Comme élément de travail pratique complémentaire aux séances de la première conférence, et pour examiner les possibilités de marchés internationaux pour les artistes canadiens en Atlantique (en misant sur la démographie et l'emplacement unique du Canada atlantique), le premier marché des beaux-arts du Canada atlantique a été mis sur pied. Le projet a été dirigé par la directrice générale du Conseil des arts du Nouveau-Brunswick, Pauline Bourque, et un comité composé de la commissaire, Ingrid Mueller, Art Contact Inc.; du directeur général de la Galerie d'art Beaverbrook, Bernard Riordon, O.C.; de la directrice de la Christina Parker Gallery, Christina Parker; de l'AMMOA; et du directeur général du Conseil des arts de l'Î.P.-É, Darrin

White. Huit galeries commerciales de la région Atlantique et des représentants de six galeries européennes et d'une galerie américaine, de même qu'un représentant d'un marché des beaux-arts de l'Allemagne ont eu l'occasion d'échanger leur savoir-faire respectif et de nouer des liens pour l'avenir. Une liste des participants au Marché international des beaux-arts figure à l'Annexe 3 du présent rapport.

Le Marché des beaux-arts et la conférence ont été tenus au Centre des congrès et du commerce de Saint John du 30 septembre au 2 octobre 2005. Au total, deux cent vingt-deux délégués représentant des groupes artistiques, des artistes, des municipalités, des galeries et des exposants ont participé à ces activités.

Les deux parties suivantes du présent rapport résument l'essentiel des séances et des conseils donnés par les spécialistes présents. Vous trouverez ensuite un compte rendu du Marché international des beaux-arts et un résumé des observations qui en découlent.

TROISIÈME PARTIE :

L'ARTISTE ET LA MUNICIPALITÉ

Les délégués ont entendu les commentaires d'écrivains, d'artistes visuels, de critiques, d'urbanistes, d'administrateurs d'art, et de dirigeants d'entreprises sur le thème général des liens qui existent entre les artistes et leurs municipalités.

1. Contexte historique : art, communauté, économie

La romancière et dramaturge, Antonine Maillet, a ouvert la conférence en rappelant que la relation symbiotique entre l'art et l'économie au sein de la municipalité a existé en Occident durant des milliers d'années. Elle a évoqué les villes d'Athènes, Rome, Florence, Paris et Vienne qui ont vu émerger, à un moment donné, à la fois des chefs de file économiques et artistiques. Elle a donné l'exemple du développement du marché de l'huile d'olives en tant que marchandise précieuse dans l'Athènes ancien. Cela a mené à l'établissement de systèmes d'échange et de transport, ce qui a ensuite permis de faire connaître la culture Athénienne. En outre, ce marché a engendré la fabrication de récipients qui représentent quelques-unes des premières expressions artistiques de la culture occidentale. Ces objets existent toujours, par exemple les amphores qui illustrent la vie et les aventures des dieux, des déesses et des héros de la mythologie grecque.

Glen Murray, urbaniste et ancien maire de Winnipeg, est revenu à ce thème lorsqu'il a cité la définition de Jane Jacobs au sujet des villes comme lieux de création de la richesse, en soulignant que ce n'est pas la valeur utilitaire de l'asphalte, la plomberie et des politiques qui créent la richesse, mais bien plutôt la personnalité de la communauté et sa culture intrinsèque. Selon M. Murray, le concept de ville créative de Richard Florida fait ressortir cet aspect. Pour sa part, Ross Jefferson de la Corporation du réaménagement du secteur riverain de Saint John a expliqué comment les stratégies économiques municipales évoluent afin de reconnaître cette particularité. Il a décrit comment la ville de Saint John a commencé à modifier sa stratégie de marketing en s'éloignant du concept, qui consiste à rendre la ville attrayante aux entreprises et à l'industrie, pour privilégier une approche qui fait la promotion de la ville auprès des 'gens'.

Max Wyman est commissaire du Canada à l'UNESCO et critique artistique. Selon lui, à l'instar de la structure agraire qui a tracé la voie à l'économie industrielle, qui à son tour a pavé la voie à ce qu'on appelle maintenant l'économie du savoir, la structure économique trace actuellement la voie à un ordre 'inventif'. Les communautés créatives et inventives constitueront le fondement de cette nouvelle économie. L'imagination, la créativité et l'expérience sont les caractéristiques qui insuffient le dynamisme à l'économie du XXIe siècle et ces éléments sont également le principe central d'une création artistique réussie. Un secteur artistique dynamique dans une communauté est également un 'moteur économique'.

2.Le rôle de l'artiste dans la communauté

L'honorable Herménégilde Chiasson est poète, cinéaste, artiste visuel et lieutenant-gouverneur du Nouveau-Brunswick. Pendant son exposé de clôture lors de la dernière journée de la conférence, il a mentionné qu'une société sans art est comme un dormeur sans onde alpha durant les rêves; les sociétés se nourrissent d'idées et de rêves et il revient aux artistes de les exprimer par leur capacité créative. Selon lui, l'art devrait s'articuler en fonction de nos croyances et de nos attitudes face aux difficultés qui nous assaillent, ce qui serait ainsi utile aux gens. En outre, à une époque où le cynisme règne, l'art, qui fait appel aux croyances, est une ressource de plus en plus précieuse. Plus tôt pendant la conférence, Max Wyman avait fait remarquer qu'à une époque où l'inquiétude s'accroît en raison d'un matérialisme à outrance, la fonction transcendante apparaît plus intéressante, et l'art (en raison de son aspect transcendant) est donc un univers logique vers où se tourner. Comme il l'a souligné, les soins de santé concernent la vie, mais l'art est une question de mode de vie. Investir dans les deux s'avère donc nécessaire.

Poète, photographe et romancière, Beth Powning a tracé l'analogie entre le rôle de l'artiste et celui des enfants : explorer le mystère du monde qui nous entoure et exprimer son émerveillement. Selon elle, les communautés doivent établir une vision nouvelle, retrouver un sens de la fascination. Le lieutenant-gouverneur a exprimé son accord avec cette opinion lorsqu'il a mentionné le rôle de

l'espace théâtral récemment mis sur pied pour la compagnie L'Escaouette de Moncton; qui agit comme 'une pépinière pour notre imagination'. Lui et Mme Maillet ont fait ressortir les rôles des artistes comme des moyens d'expression plutôt que comme dépositaires; les artistes réinventent, transforment les connaissances et les biens que recèlent la communauté.

Dans le nouvel ordre mondial inventif, Max Wyman, a fait observer que l'imagination libre est la ressource la plus précieuse. En fait, l'imagination est libérée par l'engagement à soutenir l'expression culturelle. Favoriser la diffusion de la musique, du théâtre, de la danse et des arts visuels, car ces expressions artistiques nourrissent les capacités créatives de tous les résidents, s'avère essentiel au développement d'une communauté créative (et par conséquent prospère).

M. Wyman a également affirmé que la valeur des artistes au mieux-être d'une communauté peut être démontrée clairement en les invitant à siéger aux comités municipaux et à des groupes de réflexion. Leur propension à la réflexion créative et à l'innovation, dans un cadre structuré, font des artistes un atout formidable pour ce genre d'organisme.

3. Le rôle de l'entreprise dans le soutien aux arts

Des entrepreneurs de renom de l'Atlantique ont expliqué pourquoi ils perçoivent le secteur culturel et la scène artistique comme des éléments dynamiques d'une municipalité prospère, et ils ont donné les raisons qui incitent leur organisme à investir dans des projets à caractère artistique et culturel. Selon eux, l'investissement dans les arts peut favoriser de bonnes relations communautaires. Ce genre d'initiative peut accroître la notoriété de la marque et donner accès à des créneaux de marché. En bout de ligne, l'investissement dans les arts améliore la qualité de vie d'une communauté et attire des travailleurs talentueux ayant de solides connaissances. Robyn Tingley d'Aliant Telecommunications a fait remarquer que la vie artistique et culturelle est un facteur dont les gens tiennent de plus en plus compte lorsqu'ils décident de l'endroit où ils veulent s'établir. Aliant Telecommunications évolue dans un secteur d'activités qui offre aux gens des moyens de communiquer. Pour cette entreprise, a précisé Mme Tingley, appuyer une communauté tissée serrée par des projets d'art s'inscrit directement dans son secteur d'affaires.

Mike Campbell de McCain's Foods est d'avis que les entreprises appuient des projets qui cadrent avec leurs intérêts commerciaux et qui répondent aux besoins de l'entreprise, de ses partenaires, de ses actionnaires et de ses employés. Derek Oland, de la Brasserie Moosehead, a mentionné que son entreprise appuie des projets à vocation artistique tout comme d'autres activités de loisirs – c'est, selon lui, un moyen d'atteindre un public plus large et souvent influent. Comme réponse aux défis que pose le soutien aux arts tout en poursuivant des objectifs commerciaux, il a annoncé que la brasserie créera une bourse d'études pour les étudiants inscrits aux programmes postsecondaires des beaux-arts aux Maritimes. Ces bourses d'études consisteront en des prix de conception graphique visant la création de points de vente d'objets d'art pour la Brasserie Moosehead.

Les experts ont énuméré les façons dont les entreprises peuvent appuyer les arts pour favoriser la vitalité d'une communauté créative : dons monétaires, dons en nature, dons de temps et d'efforts de la part des employés (par l'entremise du service rendu par le conseil d'administration, prêt de services, etc.), disponibilité d'un espace d'affichage, et distribution d'articles de promotion. Denis Losier, président directeur-général d'Assomption Vie, a expliqué comment son entreprise a fait un don de 25 000 $ pour rénover le centre culturel Aberdeen de Moncton. En retour, les artistes résidents ont fait don de leur création à la collection d'objets d'art de l'Assomption.

4. Le rôle des institutions pour appuyer les arts

Les directeurs de galerie ont exprimé leur opinion concernant la responsabilité des galeries subventionnées par l'État afin de donner accès à leurs collections et à leurs expositions. Gerney Kelly de la Galerie d'art Owens à l'Université Mount Allison a présenté un programme de sensibilisation à caractère éducatif qui met en contact les élèves de l'école avec les artistes de la galerie universitaire en vue de susciter un dialogue sur l'art. Selon elle, il est préférable de créer des programmes qui sont offerts durant la journée scolaire, lorsque tous les enfants ont accès à un moyen de transport pour aller admirer les œuvres d'art et en discuter, au lieu d'organiser des 'classes d'art le samedi matin' qui attireront uniquement quelques élèves choisis. Dean Brinton, président-directeur général de The Rooms, a fait remarquer qu'une subvention accordée par une corporation permettra à son institution d'acheter un autobus qui sera utilisé pour amener les enfants de l'ensemble de la province à St John's et à The Rooms.

Le rôle des universités qui consiste à offrir des espaces subventionnés pour des expériences artistiques a été discuté plusieurs fois durant la conférence. Le géographe, Ross Nelson, a également souligné que les étudiants universitaires, par leur simple présence, constituent une composante essentielle d'une municipalité créative.

5. Viabilité et la municipalité

Robyn Tingley et Nancy Duxbury du Réseau des cités créatives ont mentionné que le gouvernement fédéral avait récemment ajouté un quatrième 'pilier' à son modèle pour une ville viable. Au même titre que les facteurs social, environnemental et économique, la culture constitue un élément clé pour assurer la viabilité du nouveau pacte pour les villes et communautés.

6. Défis à relever pour créer des liens efficaces

Plusieurs fois au cours de la fin de semaine, on a rappelé aux délégués que la communauté artistique devait en faire davantage pour s'assurer que ses activités sont perçues comme valables et les rendre accessibles à l'ensemble de la communauté. La maire adjointe de Saint John, Michelle Hooton, a fait observer qu'il existe bien souvent un mur de glace entre les artistes et leurs communautés. Une impression partagée par Max Wyman qui, de façon sarcastique, a souligné que les gens respectent les arts, mais ils ne leur accordent bien souvent guère d'importance. Il faut trouver des moyens de mieux intégrer l'expression artistique à la vie quotidienne.

Il a été souligné que la communication entre la communauté artistique et les gens de la communauté d'affaires qui seraient susceptibles d'apporter leur soutien est un aspect auquel il faut s'attaquer si les communautés veulent développer leur potentiel créatif. Dans les deux cas où il a été reconnu qu'il fallait améliorer la communication, on admet qu'il faut établir des objectifs à atteindre. Comment la communauté artistique peut-elle faire reconnaître, à juste mesure, sa valeur à l'ensemble de la communauté selon des principes qui sont mutuellement acceptés?

7. Certaines mesures pour améliorer les liens

Max Wyman a exhorté les délégués à utiliser les bases de données de plus en plus nombreuses établies et conservées par le Conseil des arts du Canada et la Conférence canadienne des arts lorsqu'ils présentent des arguments en faveur de l'importance des arts dans les communautés. Dans la foulée des idées de Richard Florida, beaucoup de travail a récemment été accompli afin d'explorer le lien entre les arts et l'économie et d'exprimer ce lien objectivement. À plusieurs occasions pendant la fin de semaine, les conférenciers ont fait allusion aux estimations de Statistique Canada qui révèlent que chaque dollar investi dans les arts et le secteur culturel rapporte 7 $ à l'économie. La collecte de ce genre de données, la corrélation entre l'activité artistique et la santé économique, peuvent servir de base pour créer une communication plus convaincante.

Michelle Hooton a souligné les avantages de miser sur une politique culturelle municipale dûment adoptée et bien articulée. Selon elle, une telle politique peut servir à démystifier la perception du public à l'égard du rôle des artistes et des arts dans la communauté. En établissant clairement les responsabilités, en offrant des définitions, et en décrivant les liens qui se tissent, une politique culturelle permet à tout le monde de mieux saisir les avantages de la collaboration.

Le besoin d'améliorer l'éducation artistique dans le réseau scolaire a été soulevé lors de plusieurs séances (celles qui se rapportent aux endroits créatifs et aux espaces créatifs et autres). Il faut offrir la possibilité aux jeunes de se familiariser avec les arts durant leurs années scolaires. Ils pourront ainsi mieux saisir l'importance des arts et ils deviendront des membres plus créatifs d'une société qui est de plus en plus tributaire des capacités créatives pour assurer sa prospérité. La vice-présidente de l'Université du Nouveau-Brunswick (campus de Saint John), Kathryn Hamer, a soutenu que le ministère provincial de l'Éducation devrait reconnaître que les beaux-arts, la musique et le théâtre sont des matières aussi importantes que les langues et les mathématiques. Max Wyman a donné un aperçu d'un programme d'apprentissage à Tucson, en Arizona, qui s'inspire des arts et où les élèves apprennent (par exemple) la mathématique à l'aide de la musique et la géographie par la danse.

Les membres du groupe d'experts du milieu des affaires ont formulé plusieurs suggestions utiles concernant les améliorations pouvant être apportées aux communications entre la communauté artistique et les gens du milieu des affaires susceptibles d'appuyer le secteur culturel. Il a été recommandé aux artistes et aux groupes artistiques d'agir de façon plus uniforme dans leurs démarches lorsqu'ils sollicitent l'appui des entreprises (par exemple en mettant au point au sein de la communauté artistique un modèle de projets ou en mettant sur pied des coopératives). Il faudrait tenir compte des exercices financiers des entreprises, entreprendre des démarches à l'avance en prévoyant le moment où des fonds seront nécessaires, bien faire ressortir l'utilité de ce que les artistes ont à offrir, et mettre en évidence les avantages d'un partenariat qui pourrait être bénéfique pour les entreprises sollicitées. La création d'un répertoire ou d'une base de données où est inscrit quelle entreprise donne son appui à quel genre de projet a été accueillie comme une idée valable à développer.

Selon Max Wyman, la communauté artistique doit (tout en restant fidèle à sa vision) renforcer ses liens avec la communauté où elle évolue. Elle doit également être prête à s'adapter aux nouvelles situations, ce qui comprend une segmentation continue du public cible; cesser de parler des besoins à combler et commencer à parler de ce que cela donne; démontrer la pertinence (en partant du principe que toute expression artistique est locale et que les partenaires sont intéressés à savoir ce qu'ils peuvent en retirer); examiner de près l'orientation des communautés autochtones où il n'y a pas de distinction conceptuelle entre les arts et le quotidien; et continuer de soulever des questions et d'agir comme acteurs de changement dans un esprit constructif.

Liste de vérification proposée pour établir des arguments convaincants en faveur de l'importance des arts pour une communauté ou un partenariat commercial

a) Avons-nous établi l'argument majeur pour justifier l'importance de l'expression artistique comme élément déclencheur dans l'ordre économique inventif?

b) Avons-nous déterminé la façon de concilier nos intérêts et ceux des partenaires potentiels?

c) Avons-nous mis l'accent sur ce que nous pouvons offrir aux partenaires potentiels, au lieu d'insister sur nos attentes à leur égard?

d) Avons-nous compilé les éléments d'information pertinents (données du Conseil des arts du Canada, APÉCA, etc.)?

e) Avons-nous tenu compte de la périodicité de l'exercice financier du partenaire potentiel?

f) Avons-nous identifié qui est le porte-parole au sein de l'organisme du partenaire potentiel?

g) Avons-nous fait ressortir l'utilité pour l'ensemble de la communauté?

QUATRIÈME PARTIE :

LA MUNICIPALITÉ CRÉATIVE ET LA PERSPECTIVE ATLANTIQUE

L'un des objectifs de la conférence est de positionner le Canada atlantique dans le discours actuel concernant les modèles d'économie créative. L'apport des conférenciers d'honneur, Max Wyman et Glen Murray, et les experts, Ross Nelson et Nancy Duxbury, a été particulièrement utile pour aborder cette discussion.

1. La municipalité créative : d'autres modèles

Le professeur Ross Nelson de l'Université Thompson Rivers a présenté trois autres modèles pouvant s'appliquer aux cités créatives : le modèle industriel créatif; le modèle économique inventif ou celui fondé sur l'expérience; et le modèle culturel en réseau.

M. Nelson décrit le modèle d'industrie créative (essentiellement le modèle qui attire les gens talentueux proposé par Richard Florida), en évoquant la diversité, la tolérance et la présence d'un "noyau supercréatif" (scientifiques, ingénieurs, professeurs d'université, écrivains, peintres, sculpteurs, concepteurs, acteurs, etc.) comme un moyen d'attirer des travailleurs à l'esprit créatif qui contribuent à faire d'une ville un pôle d'attraction. Les entreprises suivent le mouvement des gens (vont là où les gens s'établissent), ou sont créés par ces gens dans le milieu où ils ont choisi de vivre. Les petites villes ne se prêtent pas à ce modèle selon M. Florida. Le degré de technologie, de talent et de tolérance qui est une mesure caractéristique employée par Florida et d'autres (ces critères comprennent l'indice bohémien, l'indice gai, l'indice melting pot, l'indice technopole, etc.) ne sont pas adaptés aux villes de moins de 100 000 habitants.

Dans le modèle économique inventif et celui fondé sur l'expérience, la communauté dresse un inventaire et trouve une façon de mettre en valeur une série de caractéristiques qui sont déjà présentes afin de susciter un intérêt auprès des touristes et des nouveaux arrivants éventuels; particularités qui engendrent des bénéfices directs et indirects pour la municipalité et la communauté d'affaires. Le professeur Nelson a fait une analyse de la ville de Missoula, au Montana, pour illustrer ce modèle d'approche. Missoula est une ville collégiale et, à ce titre, elle offre à ses résidents le meilleur de deux mondes habituellement distincts : la vitalité culturelle et le raffinement d'un grand centre urbain jumelé à une petite ville pittoresque. Un festival de chant choral, un festival du livre et un festival du film sur la faune constituent des activités qui privilégient l'approche d'entraide. Dans ce type de communauté, le degré d'activités créatives et économiques peut être mesuré à l'aide d'indicateurs comme la présence de restaurants et de librairies et le niveau de fonds de subvention obtenus. Le professeur Nelson a également mentionné plusieurs villes collégiales américaines qui, à l'instar de Missoula, misent sur les réseaux d'activités parrainés par leur collège pour créer une spécificité qui exerce un attrait auprès des nouveaux arrivants, en particulier les retraités. Une université au centre-ville qui est dotée en particulier d'une scène artistique dynamique et de nombreux étudiants qui sont actifs – voilà un atout indéniable pour créer une municipalité créative.

Le professeur Nelson a indiqué sa préférence au modèle de culture en réseau pour les petites municipalités créatives au Canada atlantique. Dans ce type de modèle, une communauté met l'accent sur un élément culturel existant (ou en devenir) et s'en sert comme point d'ancrage pour progresser, en mettant au point une 'image' qui distingue la communauté. Il a également examiné l'exemple de la ville de Hultsfred, en Suède, qui applique ce modèle. Dans cette municipalité, la présence d'un groupe de musique rock a mené à la création d'un festival qui à son tour a pavé la voie à un centre des congrès, un centre de réunion, un centre d'incubation, un centre de formation, une bibliothèque de consultation et un musée.

2. Éléments variables du Canada atlantique

En tenant compte des autres modèles qui leur conviendraient le mieux, et en déterminant comment mettre en oeuvre un modèle choisi, le professeur Nelson a recommandé aux communautés du Canada atlantique de tenir compte des éléments variables qui sont particuliers à la région. Ces éléments comprennent : la taille de la population (démographie), la base économique, les services actuels, les ressources des entreprises, les possibilités d'établir des alliances et d'autres avantages comme le coût de la vie relativement faible.

3. Possibilités pour la région Atlantique

L'aspect de la diversité a été soulevé à plusieurs reprises durant la conférence comme une force continue et en croissance dans la région Atlantique. Antonine Maillet a évoqué la richesse des traditions en remontant aux racines de la civilisation occidentale en Grèce et à Rome; traditions maintenues dans la région par les immigrants francophones et anglophones au dix-septième et dix-huitième siècles. Ces traditions, et celles plus anciennes des populations indigènes avant l'arrivée des Européens, ont favorisé un dialogue fructueux entre les anciens et les nouveaux arrivants. Elle a également souligné que les plus anciens vestiges sur la terre ont été découverts au Nouveau-Brunswick bien que les traces de civilisation dans la région soient relativement nouvelles. Le début du XXIe siècle dans la région a été marqué par un accroissement de l'immigration, ce qui crée de nouvelles possibilités. Selon les experts qui ont abordé le thème de la diversité créative, la taille relativement petite des villes en Atlantique permet l'établissement de communautés d'immigrants cohésives tout en donnant aux nouveaux arrivants le privilège d'une vue d'ensemble claire sur une perspective plus large. L'artiste, Carlos Gomes, a fait remarquer que le Nouveau-Brunswick, sa province d'adoption, constitue un microcosme de ce que le Canada pourrait être. Selon le professeur Chedly Belkhodja, il est de plus en plus important de créer des possibilités et des espaces qui favorisent la spontanéité, les interactions quotidiennes dans la rue entre les gens des différentes ethnies. Il s'agit là selon lui d'un objectif qui pourrait être facilement réalisable dans les petites villes et municipalités du Canada atlantique. Le poète et dramaturge, George Elliott Clarke, a cependant tenu à rappeler aux auditeurs, lors de son exposé samedi soir, qu'il y a une histoire continue de négligence à l'égard de la contribution essentielle des canado-africains à l'espace culturel en Atlantique.

Selon Max Wyman, les villes à échelle humaine du Canada atlantique sont des communautés qui sont davantage conscientes d'elles-mêmes, plus humaines, et qui sont davantage flexibles que les grands centres urbains. Nancy Duxbury a qualifié le résultat comme un sentiment d'authenticité et d'appartenance plus grand que dans d'autres régions. La petite taille devient donc un avantage au lieu d'être un inconvénient.

Les auteurs et les artistes visuels ont soulevé la question du potentiel de la région en vue de créer un environnement propice à l'inspiration artistique. Antonine Maillet s'est remémorée l'enthousiasme qu'elle a ressenti en écrivant pour la première fois les expressions et les désignations de lieux qui avaient fait partie de la culture orale acadienne durant des siècles. De son côté, André Lapointe a expliqué comment la grâce du paysage de la région nourrit son inspiration artistique.

Selon Nancy Duxbury, la présence active d'établissements postsecondaires dynamiques bien établis constitue un atout supplémentaire pour la région.

4. Étude de cas : Caraquet, Nouveau-Brunswick

Le maire de Caraquet, Antoine Landry, a décrit plusieurs des mesures adoptées par sa ville dans ses démarches en vue de devenir l'une des capitales culturelles du Canada. Il a souligné que Caraquet a été la première municipalité au Nouveau-Brunswick à adopter une politique culturelle. À l'heure actuelle, 6 % du budget de la municipalité est consacré aux arts et à la culture (42 $ par habitant annuellement). La municipalité crée un milieu propice à la création, au lieu d'essayer de la provoquer ou de l'imposer. Une des stratégies clé consiste à mettre à la disposition des artistes des espaces de travail, sans imposer de frais, dans des bâtiments appartenant à la municipalité.

Le maire Landry a précisé que le Village Historique Acadien, qui a été un des moteurs économiques de la communauté, évolue pour passer d'une attraction touristique à un centre d'activités éducatives et d'expériences culturelles.

5. Défis à relever pour la région Atlantique

Au cours des diverses séances de la conférence, les défis à surmonter pour créer une économie créative dans la région ont été cernés. Parmi les défis soulevés mentionnons : la taille, l'emplacement relatif, une tendance touristique à tomber dans des stéréotypes, la menace d'être dépassés (en raison de la mondialisation, des magasins à succursales, etc.), la balkanisation (le morcèlement des régions, même au sein des petites régions), et l'incapacité d'optimiser les effets positifs de la diversité.

6. Développer la municipalité créative

Glen Murray a donné aux délégués des conseils sur un modèle pour l'établissement d'un cadre de planification générale qui comprend les éléments suivants :
1) évaluer attentivement le contexte (situation actuelle de la communauté, rapports antérieurs);
2) répertorier les atouts culturels et créatifs;
3) déterminer les possibilités et les forces;
4) mesures d'action;
5) nouvelle réorientation – réajustement (surveillance et évaluation).

Selon M. Murray, ce type de processus peut être entrepris en appliquant et en mettant en oeuvre n'importe laquelle des cinq étapes.

Nancy Duxbury du Réseau des cités créatives, a fait ressortir six aspects clés pour établir des communautés créatives :
1) intégrer la culture aux stratégies de planification (p. ex., en intégrant dans chaque processus de prise de décisions municipale, une question concernant les répercussions d'un projet sur la culture);
2) accès : s'assurer que le processus est inclusif;
3) favoriser la pensée innovatrice;
4) soutenir les réseaux et les écosystèmes culturels;
5) créer des conditions favorables au dialogue; et
6) s'assurer que la municipalité prenne l'initiative.

Les conseils de Max Wyman font écho à ceux de Nancy Duxbury concernant le thème de l'inclusivité : une grande variété (interculturel, interdisciplinaire, multidisciplinaire, etc.) doit faire partie de l'éventail des éléments inhérents à la planification. Il a également suggéré qu'une prise de décisions en vue d'établir une municipalité créative pourrait être plus efficace si on privilégie des rencontres de style assemblée générale.

7. Recommandations

A) Mesures adoptées par les municipalités pour avoir recours davantage à leurs artistes :

Selon les délégués et les gens qui ont fait des exposés, les artistes pourraient peut-être mieux servir leurs communautés si on mettait à leur disposition un éventail de moyens. Par exemple : la municipalité peut établir des programmes d'artistes en résidence afin de favoriser un dialogue entre les artistes et l'ensemble de la communauté, de rendre l'art plus accessible (le démystifier), et de fournir un accès direct au public pour le familiariser avec le processus d'expression artistique, dans plusieurs cas liés directement à l'expérience vécue de la communauté. Puisque les artistes sont, à plusieurs égards, des gens qui 'traduisent' l'expérience partagée de leurs communautés, ils peuvent, à ce titre, agir comme des ambassadeurs efficaces pour leurs municipalités. Des artistes au sein des comités de planification peuvent s'avérer d'excellentes ressources pour la résolution d'un problème de façon créative. La promotion de l'art public aide à créer un environnement physique qui est attrayant pour les nouveaux arrivants et les commandes privées de la part d'entreprises peuvent être bénéfiques à la fois pour l'entreprise et l'artiste.

B) Mesures adoptées par les municipalités afin de soutenir leurs artistes :

Afin d'encourager les artistes à vivre et à travailler dans leurs communautés, il a été recommandé, à plusieurs reprises lors de la conférence, d'inciter les municipalités à offrir une subvention pour l'aménagement d'un espace de studio, de répétition et de représentation. Cette subvention pourrait être versée directement à l'artiste au lieu d'être remise au propriétaire-bailleur éventuel. Cette aide financière pourrait être une subvention directe, le maintien des taux de location ou un don aux artistes et aux coopératives d'artistes de propriétés saisies en raison de défaut de paiement d'impôts (une mesure qui est grandement défendue par Glen Murray). La création de partenariats pour répondre aux intérêts des artistes et à ceux du secteur privé de la communauté est un autre rôle qui pourrait être assumé par les fonctionnaires municipaux.

Herménégilde Chiasson a tenu à rappeler aux délégués l'importance d'élaborer des programmes gouvernementaux qui favorisent non seulement l'épanouissement de la communauté et les modèles d'art communautaire qui lui sont souvent associés, mais également de répondre aux besoins des artistes professionnels.

La conférence s'est tenue moins d'une semaine après que le conseil ordinaire de Saint John ait adopté sa première politique culturelle municipale. Selon l'une des caractéristiques de cette politique, 1 % des dépenses de la ville destiné aux édifices publics sont consacrés aux arts et les entrepreneurs du secteur privé sont encouragés à en faire autant dans l'exécution de leurs projets. Bien entendu, ce genre de mesures bénéficie davantage à certaines disciplines artistiques. Malgré tout, les délégués ont souscrit de façon unanime au principe. Alden Wilson de la Maine State Arts Commission, a signalé que depuis l'entrée en vigueur, en 1979, de la loi d'un pour cent de l'État, 7 millions de dollars ont été injectés dans le secteur des arts.

La maire adjointe de Saint John, Michelle Hooton, a fait remarquer que l'élaboration d'une politique culturelle cohérente a aidé à évacuer les aspects politiques de la prise de décisions. Cela a également permis d'assurer une continuité en ce qui concerne la vision et l'objectif dans un milieu où les représentants élus peuvent souvent changer d'idée et où ils ne représentent aucun parti en particulier. Une telle politique, en définissant bien les rôles et les responsabilités, peut également aider à démystifier l'art et le travail des artistes auprès du citoyen moyen, a souligné Mme Hooton. En outre, l'engagement municipal

à l'endroit des arts et de la culture, comme il est énoncé dans une politique culturelle adoptée, incite les gouvernements provincial et fédéral à faire de même.

Le professeur d'université, Daniel Bourgeois, a fait une mise en garde concernant l'instauration de politiques qui restreignent au lieu de faciliter. On a également mentionné l'importance d'effectuer un suivi efficace continu de toute politique culturelle.

C) Mesures devant être prises par les artistes :

Il a été question des mesures pouvant être prises par les artistes pour assurer l'établissement de communautés créatives entièrement fonctionnelles. On a fait remarquer que les artistes ont la responsabilité d'aider leur communauté à mettre en valeur sa capacité créative en étant des défenseurs et des promoteurs éloquents de leur activité artistique et en faisant savoir comment ils contribuent à la communauté. Les artistes doivent collaborer avec d'autres au sein de la communauté afin de trouver des moyens d'utiliser la culture exprimée et d'en faire une culture vivante. Les artistes ont été encouragés à s'engager davantage sur la scène politique à tous les échelons, à rendre visite à leurs maires et à leurs conseillers, et même à chercher à se faire élire.

CINQUIÈME PARTIE :

ARTS VISUELS, ÉCONOMIE ET DÉMOGRAPHIE :

le premier Marché international des beaux-arts au Canada atlantique

1. Introduction

Une réception haute en couleur a donné le coup d'envoi du premier Marché international des beaux-arts au Canada atlantique. Cette activité a permis aux délégués de la conférence Espace culturel Atlantique de découvrir le travail de certains peintres et photographes parmi les plus talentueux du Canada atlantique. De plus, huit galeries commerciales du Canada atlantique y ont participé (principalement du Nouveau-Brunswick, de la Nouvelle-Écosse et de Terre-Neuve) et ont présenté leurs œuvres à six marchands d'œuvres d'art de l'Europe, y compris un venant des États-Unis, et un représentant du Salon d'art de l'Allemagne.

À la suite de cette activité, cinq artistes de la région Atlantique ont été invités au ARTKarlsruhe, en Allemagne, en mars 2006. Ce marché accueille chaque année entre 30 000 et 40 000 acheteurs d'œuvres d'art. De plus, la Christina Parker Art Gallery à St. John's, à Terre-Neuve et Labrador, et Art Contact à Fredericton, au Nouveau-Brunswick, ont convenu d'un partenariat (accord de réciprocité) qui permettra à chaque galerie d'accueillir des artistes qui sont représentés par l'autre galerie dans l'autre province. Peu de temps après le Marché de l'art, les œuvres d'Alexandra Flood du Nouveau-Brunswick ont été exposées à Terre-Neuve et Labrador, ce qui constitue la première initiative concrète découlant des échanges établis lors du Marché.

2. Ateliers et discussions sur l'exportation

Deux ateliers et une discussion destinés avant tout aux marchands d'œuvres d'art ont été présentés. Toutefois, cette activité était ouverte à tous les délégués de la conférence. Chaque exposé a été très couru.

Lors de son exposé intitulé « Reconnaître un monde de possibilités », Jeff MacArthur a souligné que l'un des plus grands obstacles à la commercialisation de l'art à l'échelle internationale est le nombre de joueurs qui s'y trouvent. Une oeuvre est habituellement exposée chez l'artiste, avant d'être en vente à une galerie locale, une galerie internationale, pour enfin aboutir dans les mains d'un acheteur étranger. Des questions de propriété, d'assurance et de paiement entrent en ligne de compte à chaque étape du processus. Son organisme a mis au point une politique d'assurance à couverture double qui protège à la fois l'artiste et la Galerie canadienne, même dans le cas où une galerie étrangère fait faillite.

Un propriétaire d'une galerie de l'Écosse, présent à la conférence, a soulevé la question des complications qui surviennent en raison des nombreuses monnaies dont il faut tenir compte. Cette situation fait en sorte que les paiements peuvent prendre des semaines avant d'être traités sans oublier les frais bancaires qui s'appliquent au début et à la fin de la transaction. M. MacArthur a suggéré de mettre sur pied une entreprise de portefeuille afin d'accélérer les opérations financières dans les différentes monnaies en jeu de façon à réduire les frais bancaires.

Avocat en droit immobilier et intellectuel demeurant à Toronto, Aaron Milrad a abordé plus spécifiquement les questions soulevées par Jeff MacArthur dans un atelier intitulé « Loi sur le droit d'auteur sur les marchés internationaux.

M. Milrad a raconté l'histoire des créateurs de Superman qui avaient vendu leurs droits d'auteur et qui ont terminé leur vie dans une relative pauvreté. En revanche, le créateur de Happy Face a conservé son droit d'auteur et il est devenu millionnaire.

Il a tenu à préciser que la propriété intellectuelle englobe des aspects auxquels nous songeons. Les droits d'auteur, en particulier, empêchent la reproduction d'une oeuvre sans autorisation et donne la possibilité d'exercer un recours en cas de violation, ce qui comprend le droit de réclamer des dommages-intérêts.

M. Milrad s'est prononcé contre la vente des droits d'auteur. Selon lui, il vaut mieux obtenir une concession de licence qui permet à l'artiste d'avoir un droit de regard sur son oeuvre. Il a conclu son exposé en énumérant les détails précis que devraient comporter un contrat entre l'artiste et la galerie, peu importe que le contrat régisse l'achat de l'oeuvre d'art ou, plus couramment, la vente en consignation.

Le groupe d'experts de l'exportation créative comprenant Ingrid Mueller, Christina Parker, Peter Buckland et Daniel Kojo Schraade, a mis un terme à la série des ateliers en recevant des conseils pertinents des participants à l'exposé portant sur les marchés internationaux.

Ingrid Mueller a conseillé aux propriétaires de galeries d'art et aux marchands d'oeuvres d'art qui cherchent à exporter leurs œuvres d'avoir une vision et de s'y tenir. Soyez prêt à être impopulaire, grandement détesté, a-t-elle précisé. Elle a également rappelé aux gens que les autres facteurs à considérer lorsqu'on fait des expositions outre-mer sont : les frais de transport, les douanes et d'autres aspects bureaucratiques de même que les barrières linguistiques.

Daniel Kojo Schraade a expliqué la complexité qui entoure l'organisation d'un marché des beaux-arts en Allemagne, en particulier le marché d'art ARTKarlsruhe à Karlsruhe, qui accueille entre 30 000 et 40 000 acheteurs d'œuvres d'art chaque année.

Selon Christina Parker de St. John's, être choisie par un jury est certes stimulant. Elle a suggéré aux acheteurs d'œuvres d'art de tenir compte du nombre d'artistes et de la synergie qui existe entre certains artistes et de mettre en valeur davantage d'œuvres réalisées par moins d'artistes et ensuite de concevoir le kiosque en fonction de ces œuvres.

Peter Buckland a illustré cette situation en racontant son expérience lorsqu'il a apporté 120 toiles pour les exposer en Floride. Cela représentait une somme considérable de travail, mais au bout du compte, il a tout juste pu vendre suffisamment d'œuvres pour couvrir les frais. Il a terminé son exposé en mentionnant que la prochaine fois, il serait préférable d'apporter moins d'œuvres et de limiter le nombre d'artistes choisis. Il établira sa vision et il s'en tiendra à cette vision.

3. Observations générales

Règle générale, il a été convenu que la masse critique au Canada atlantique n'est pas suffisante pour soutenir un marché des beaux-arts à vocation internationale. De plus, le revenu disponible au Canada atlantique est relativement faible, ce qui ne favorise pas l'achat d'œuvres d'art haut de gamme. De l'avis des participants, il serait préférable de faire connaître les artistes du Canada atlantique dans les expositions d'envergure comme celle de Toronto, des États-Unis et de l'Europe au lieu d'essayer de créer ce genre d'activité commerciale au Canada atlantique. Les représentants et les marchands des galeries internationales ont également exprimé le souhait de tenir davantage de rencontres individuelles avec les artistes dans leurs studios respectifs.

SIXIÈME PARTIE : RECOMMANDATIONS

À la suite des discussions et des conseils résumés précédemment, plusieurs recommandations ont été formulées pour établir l'orientation future à suivre :

1) reconnaissant l'importance des arts dans le nouvel ordre économique inventif, et pour assurer une compréhension mutuelle entre les artistes et l'ensemble de la communauté, les municipalités de la région Atlantique doivent élaborer et adopter des politiques culturelles qui sont adaptées à leurs communautés et qui répondent aux besoins des disciplines artistiques respectives de façon équitable. À cette fin, une série de conférences consacrées à l'art et à la culture doit se tenir dans les municipalités régionales au cours de la prochaine année, p. ex. par la désignation d'une année de la culture;

2) il faut inciter le ministère de l'Éducation à favoriser les cours en beaux-arts, en art dramatique et en musique comme des matières de base, afin d'insuffler chez la population un sens créatif et afin que cette population puisse répondre aux défis du nouvel ordre inventif;

3) la communauté artistique doit établir des règles en vue de solliciter la participation financière des entreprises, afin d'optimiser les partenariats avec les bailleurs de fonds du secteur privé;

4) afin de favoriser des partenariats avec les bailleurs de fonds du secteur privé, il faut établir un répertoire où sont décrits les projets qui sont appuyés par les entreprises; et vu que des partenariats dynamiques entre les artistes et les entreprises favoriseront le développement d'une communauté créative, les municipalités doivent mettre tout en oeuvre pour faciliter la réalisation de ce type de partenariats;

5) afin d'améliorer la communication entre les artistes et l'ensemble de la communauté, des mesures doivent être prises par la communauté artistique pour assurer la collecte de données continue concernant l'influence des arts sur le mieux-être de la communauté et l'élaboration d'une politique ayant trait aux droits culturels et autres, y compris de la recherche sur ces aspects, tout en s'assurant que les résultats obtenus sont transmis de façon régulière;

6) les conseils d'administration et les conseils des arts provinciaux doivent organiser une série de séances thématiques d'une journée pour les artistes; afin d'aider la communauté artistique à établir son propre bilan et à faire valoir les objectifs et les contributions éventuelles;

7) les artistes professionnels doivent se regrouper au sein d'organisations formelles (en particulier au Nouveau-Brunswick, former un organisme d'artistes anglophones qui serait le pendant de l'AAAPNB actuelle), afin de faire connaître de façon claire et efficace, leurs objectifs et leurs contributions possibles;

8) les artistes et les représentants municipaux doivent trouver des moyens pour que la culture exprimée puisse devenir la culture vécue, afin d'optimiser les bénéfices que procurent les artistes à une communauté;

9) les municipalités doivent évaluer d'autres modèles pour développer des communautés créatives, afin de jouer un rôle dans la nouvelle économie inventive;

10) les municipalités et la communauté artistique doivent chercher des modèles pour les programmes d'artistes en résidence, afin de démystifier l'art et d'améliorer la compréhension communautaire à l'égard du procédé artistique;

11) vu la valeur accordée au rôle de l'artiste qui traduit l'identité communautaire, les artistes et les municipalités doivent chercher à découvrir des modèles qui permettent aux artistes d'être des ambassadeurs;

12) les municipalités doivent inviter les artistes à siéger aux comités de planification, etc., afin d'obtenir des commentaires créatifs dans tous les champs d'intervention de la gouvernance;

13) les municipalités et les organismes doivent promouvoir de façon régulière l'art public, comme moyen d'intégrer la culture exprimée à la culture vécue;

14) vu l'importance d'un noyau créatif vigoureux afin de favoriser le mieux-être de la municipalité, et afin de retenir les artistes dans leur milieu, les municipalités doivent trouver des moyens de subventionner les artistes, ce qui comprend des subventions directes, la réglementation des loyers, dons de biens, etc.;

15) le gouvernement et les établissements d'enseignement doivent étudier les possibilités afin de favoriser le renforcement des capacités par une formation en gestion de l'art dans la région;

16) les programmes du gouvernement visant à financer les arts doivent être constamment réexaminés afin de s'assurer qu'ils répondent bien aux besoins des communautés et des artistes professionnels;

17) au lieu d'organiser un Marché international des beaux-arts au Canada atlantique, il serait préférable d'assurer la présence des artistes canadiens de l'Atlantique aux salons internationaux des beaux-arts;

18) une étude portant sur les grands marchés doit être menée pour déterminer lesquels répondent le mieux aux besoins des artistes de l'Atlantique;

19) les représentants des grands marchés outre-mer doivent être invités à effectuer une visite des studios des artistes en Atlantique;

20) des missions commerciales régulières doivent être organisées pour faire connaître nos artistes sur les grands marchés internationaux;

21) un plan de promotion à long terme doit être établi pour soutenir les artistes prometteurs de façon à assurer le soutien des mêmes artistes durant plusieurs années pour les aider à lancer leur carrière internationale;

22) un titre de société de portefeuille doit être mis sur pied pour accélérer les opérations financières effectuées en diverses monnaies afin de réduire les frais bancaires;

23) les artistes et les galeries doivent collaborer pour mettre en commun leurs ressources au lieu de faire cavalier seul, de façon à alléger le volume de travail en marketing et de mettre l'accent sur les acheteurs et les marchés potentiels;

24) les propriétaires de galeries d'art doivent établir une représentation locale pour tirer partie de la connaissance des marchés, des acheteurs, des activités qui donnent des résultats et celles qui ne fonctionnent pas.

ANNEXE 1 :

PROGRAMME DE LA CONFÉRENCE

La conférence Espace culturel Atlantique est fière de présenter des conférenciers informatifs et professionnels qui sont très engagés dans le secteur des beaux-arts au Canada. Les conférenciers, experts et conférenciers d'honneur à la conférence Espace culturel Atlantique fourniront des renseignements pertinents et utiles sur la façon dont les artistes et leurs municipalités peuvent collaborer afin de bâtir une identité, élaborer une politique publique et stimuler l'économie.

Toutes les séances dureront de 45 minutes à une heure. Les exposés seront suivis d'une période de questions et réponses. Chaque séance sera offerte dans les deux langues officielles.

Vendredi, 30 septembre 2005

6h30 Montage des stands

8h Ouverture du bureau d'inscription

8h45 Fermeture de l'aire d'exposition
Ouverture officielle/conférence de presse
(à la salle Marco Polo)

9h15 Conférencière d'honneur – Antonine Maillet : « La Sagouine et la renaissance de Bouctouche »
(tous les participants)

10h15 Pause-santé et ouverture de l'aire d'exposition

10h45 Atelier : « Endroits créatifs » – Les artistes du Canada atlantique discutent de ce que signifie l'« endroit » pour leur travail. (en simultanéité)
Animateur : Chris Lloyd

Atelier : « Diversité créative » – Un groupe d'ex perts sur le rôle vital de la diversité culturelle dans la municipalité créative (en simultanéité)
Animatrice : Janet Scott

12h Dîner – Aire d'exposition/Réseau

13h « Profitez d'un monde de possibilités » – Jeff MacArthur

14h15 Atelier : « Industries créatives » – Une discussion au sujet des rôles du tourisme, du film, de la musique, de la vidéo et de la production de nouveaux médias dans l'économie municipale (en simultanéité)
Animatrice : Kendra Black

Atelier : « Espaces créatifs » – Des conservateurs, des gestionnaires et des artistes discutent des installations et des programmes culturels. (en simultanéité)
Animateur : Robert Kavanagh, Ph.D.

15h30 Pause-santé

15h45 Atelier : « Partenaires commerciaux créatifs » – Un groupe d'experts du milieu des affaires explique sa participation dans les arts.
Animateur : Thomas J. Condon, Ph. D.

17h Fermeture de l'aire d'exposition et pause avant le GALA

19h Ouverture officielle de la conférence ECA
Conférencier invité : John Hobday, directeur du Conseil des Arts du Canada
Sujet : « Amis et alliés, à la défense des arts »

Samedi, 1er octobre 2005

9h Conférencier d'honneur – Max Wyman : « La culture et l'économie municipale au Canada atlantique »
Petit déjeuner compris (tous les participants)

10h15 Ouverture de l'aire d'exposition

10h45 Atelier : « La ville créative et l'expérience du Canada atlantique » – Nancy Duxbury et Ross Nelson animent une exploration de la façon d'adapter le modèle de la ville créative à la municipalité du Canada atlantique.
Animateur : Robert MacKinnon, Ph. D.
Conférenciers : Nancy Duxbury, Ph. D., et Ross Nelson, Ph. D.

12h Déjeuner – Aire d'exposition/Réseau

13h « Responsabilités et obligations des expéditeurs et des transporteurs publics » – Aaron Milrad

14h15 Conférencier d'honneur – Antoine Landry : « Faire de Caraquet une capitale culturelle »
(tous les participants)

15h30 Pause-santé

15h45 Atelier : « Politique créative » – Un groupe d'experts sur l'élaboration d'une politique culturelle municipale et le financement des

arts (en simultanéité)
Animateur : Michael Wennberg

Atelier : «Expo(arts) de création » – Discussion au sujet de la façon de découvrir les marchés internationaux pour les artistes locaux
Animatrice : Pauline Bourque

17h Fermeture de l'aire d'exposition/démontage, pause avant le « Gala en grand! »

18h Réception – Musée du Nouveau-Brunswick (sous les baleines)

19h Petite balade jusqu'au Centre des congrès et du commerce de Saint John pour le « Gala en grand! »

19h30 Souper « Gala en grand! » – divertissement et programme de beaux-arts
Conférencier : George Elliott Clarke, Ph. D.
(Tenue éclatante et art portatif – Remise du grand prix à la meilleure tenue artistique

Dimanche, 2 octobre 2005

9h Conférencier d'honneur – Glen Murray : « Les arts, la culture et la transformation du paysage urbain »
Petit déjeuner compris (tous les participants)

10h45 Atelier : « De nouveaux espaces créatifs » – Constatations et recommandations
Conférencier : l'honorable Herménégilde Chiasson, lieutenant-gouverneur du N.-B.

ANNEXE 2 :

LISTE DES EXPERTS

« Endroits créatifs »
– Les artistes du Canada atlantique discutent de ce que signifie l'« endroit » pour leur travail.

Experts : Roméo Savoie
André Lapointe
Suzanne Hill
Beth Powning

« Diversité créative »
– Un groupe d'experts sur le rôle vital de la diversité culturelle dans la municipalité créative

Experts : Chedly Belkhodja, Ph.D.
Marie-Pierre Simard
Carlos Gomes

« Industries créatives »
– Une discussion au sujet des rôles du tourisme, du film, de la musique, de la vidéo et de la production de nouveaux médias dans l'économie municipale

Experts : Gregor Ash
Mario Cyr
Paul LeBlanc
Greg Hemmings

« Espaces créatifs »
– Des conservateurs, des gestionnaires et des artistes discutent des installations et des programmes culturels.

Experts : Gemey Kelly
Dean Brinton
Marcia Babineau
Ross Jefferson

« Partenaires commerciaux créatifs »
– Un groupe d'experts du milieu des affaires explique sa participation dans les arts.

Experts : Denis Losier
Robyn Tingley
Derek Oland
Mike Campbell

« Politique créative »
– Un groupe d'experts sur l'élaboration d'une politique culturelle municipale et le financement des arts

Experts : Daniel Bourgeois, Ph.D.
Carmen Gibbs
Michelle Hooton
Alden Wilson

«Expo(arts) de création »
– Discussion au sujet de la façon de découvrir les marchés internationaux pour les artistes locaux

Experts : Ingrid Mueller
Peter Buckland
Christina Parker
Daniel Kojo Schrade

ANNEXE 3 :

LISTE DES PARTICIPANTS AU MARCHÉ DES BEAUX-ARTS

Galeries :

Peter Buckland Gallery
80, rue Prince William
Saint John, N.-B. E2L 2B3
(506) 693-9721
buckart@nb.sympatico.ca

The Inverness County Centre for the Arts
C.P. 709, 16080 Route 19
Inverness, N.-É. B0E 1N0
(902) 258-2533

Handworks Gallery
12, rue King
Saint John, N.-B. E2E 1G2
(506) 652-9787
shannon@handworksnb.com

Agence de mise en marché d'oeuvres d'art (AMMOA)
130-B, rue Weldon
Moncton, N.-B. E1C 5W2
(506) 852-3656
ammoa@nbnet.nb.ca

Art Contact, Inc.
224, cour Lynhaven
Fredericton, N.-B. E3B 2V6
(506) 453-1856
ingridmueller@msn.com

Gallery 78
796, rue Queen
Fredericton, N.-B. E3B 1C6
(506) 454-5192

Trinity Galleries
128, rue Germain
Saint John, N.-B. E2L 2E7
(506) 634-1611
art@trinitygalleries.ca

Christina Parker Gallery
7, chemin Plank
St. John's, T.-N. A1E 1H3
(709) 753-0580
cpg@nfld.net

Galeristes internationaux participant :

M. Colin Ardley, commissaire,
Deutsche Werkstaetten hellerau, Allemagne

Herr Karl Ewald Schrade, commissaire et directeur,
Galerie Schrade - Karlsruhe, Allemagne

Herr Daniel Kojo Schrade, commissaire et directeur,
Galerie Schloss Mochental, Allemagne

Mme Anya van Gösseln, directrice,
Office of Contemporary Art, Irlande

M. Marc N. Schepens
Pucker Gallery, États-Unis

M. Dan Lewis, directeur, et Mme Elaine Crook,
Artery Gallery, Écosse

ANNEXE 4 :

PARTICIPATION À ARTKARLSRUHE, KARLSRUHE, ALLEMAGNE, DU 9 AU 12 MARS 2006

Comme retombées directes du premier Marché des beaux-arts au Canada atlantique tenu en marge de la seconde édition de la conférence Espace culturel Atlantique, un des acheteurs, M. Ewald Schrade de l'Allemagne, a eu l'occasion de visiter Saint John (N.-B.), Fredericton (N.-B.), Charlottetown (Î.-P.-É.) et le Centre culturel Aberdeen à Moncton (N.-B.). Les œuvres de certains de nos meilleurs artistes en Atlantique ont attiré son attention et M. Schrade a suggéré d'exposer leurs œuvres d'art à Karlsruhe. **artsnb** a donné suite à cette recommandation.

Il a ensuite été invité à assister à l'ouverture de TRANSIT - Atlantic Crossings, une exposition des œuvres d'artistes de l'Atlantique tenue à la Galerie Deutsche Werkstaetten Hellerau à Dresden, en Allemagne. Il a tellement été impressionné par l'exposition et la qualité exceptionnelle des œuvres d'art qu'il a décidé de commanditer un kiosque en pleine dimension (1 000 pieds carrés) au salon d'art ARTKarlsruhe (www.art-karlsruhe.de). M. Schrade est directeur de projets et conservateur de ce salon d'art qui attire annuellement plus de 30 000 collectionneurs d'œuvres d'art de plusieurs pays.

Cette expérience a permis de constater la nécessité de promouvoir patiemment nos artistes à l'extérieur de nos frontières si nous voulons développer de nouveaux marchés. Notre participation au salon ARTKarlsruhe a été un franc succès. Nous avons été en mesure de tirer avantage des liens antérieurs tissés et de séduire une nouvelle clientèle. Neuf œuvres artistiques du Canada atlantique ont été vendues à un prix supérieur à leur valeur sur le marché au Canada. Il s'agit là d'un tour de force pour un nouvel exposant qui présentait des artistes qui sont (ou étaient) inconnus à l'extérieur du Canada.

Les Européens vouent un réel intérêt aux produits canadiens et le kiosque d'**artsnb** a été l'un des plus visités durant le salon d'art. Des dignitaires, y compris Guido Westerwelle, le dirigeant du parti libéral allemand, et Guenther Oettinger, le ministre-président de Baden-Württenberg, ont pris le temps de regarder et de discuter de l'expression artistique et culturelle des Canadiens en Atlantique. Nous avons été parmi les rares exposants qui ont été invités au dîner offert par le maire de Karlsruhe.

La participation des artistes Alexandra Flood (N.-B.), Wayne Boucher (N.-É.), Brian Burke (I.-P.-É.), Mathieu Léger (N.-B.) et Gordon Dunphy (N.-B.) a été très fructueuse. Ils ont pu faire la promotion de leurs œuvres et établir des partenariats avec des galeries européennes. Cet établissement de contact a permis d'accroître la sensibilisation à l'égard des œuvres des artistes du Canada atlantique à l'extérieur du pays.

La participation d'**artsnb** au salon ARTKarlsruhe 2006 a créé des débouchés sur le marché international pour les artistes du Canada atlantique. Nous tenons à remercier Ingrid et Peter Mueller d'avoir accepté d'organiser cette activité dans un délai si court. Leur expérience dans l'organisation d'activités internationales et leurs connaissances sur les façons de brasser des affaires en Europe ont été d'une aide inestimable pour traiter avec les douanes, les clients, les compagnies de fret et les organisateurs du salon d'art. Nous remercions l'APECA d'avoir cru dans ce projet et nous avoir assuré son appui continuel. Enfin, nous remercions M. Ewald Schrade pour l'enthousiasme témoigné à l'égard de nos artistes et pour son soutien généreux.

Le succès remporté par **artsnb** au salon ARTKarlsruhe ouvre la voie à un marché d'exportation florissant pour l'art du Canada atlantique.

Soumis par :
Pauline Bourque, directrice générale
Conseil des arts du Nouveau-Brunswick